

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

SETOR LITORAL

CÁSSIA DOMINGUES DO ROSÁRIO

JEAN REGINALDO COUTO DE MELLO

ROBSON FERNANDES DA CRUZ

PLANO DE NEGÓCIO ESTÚDIO DE DANÇA *URBAN DANCE*

MATINHOS

2018

CÁSSIA DOMINGUES DO ROSÁRIO  
JEAN REGINALDO COUTO DE MELLO  
ROBSON FERNANDES DA CRUZ

PLANO DE NEGÓCIO ESTÚDIO DE DANÇA *URBAN DANCE*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Gestão e Empreendedorismo da Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Gestão e Empreendedorismo.

Orientadora: Profa. Dra. Elsi do Rocio Cardoso Alano.

MATINHOS

2018

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos primeiramente a Deus, pela permissão de concluir o Curso de Gestão e Empreendedorismo nesta tão nobre instituição, a qual passamos esses últimos anos construindo um conhecimento que levaremos por toda nossa vida.

Aos nossos familiares pelo apoio, paciência, carinho e compreensão no decorrer desta caminhada que nos fez abdicar de suas presenças para que assim nos tornássemos profissionais mais qualificados.

A nossa orientadora Profa. Dra. Elsi do Rocio Cardoso Alano pelo apoio, paciência, orientação desde o início desse projeto. Aos demais professores e a toda comunidade acadêmica, pelos incentivos, esforços, e conhecimentos repassados. Aos nossos colegas de curso pela caminhada, troca de informações e momentos de estudo, brincadeiras e total interação.

A todos os envolvidos que colaboraram para a realização da pesquisa durante a aplicação do questionário. Enfim, a todos aqueles que direta ou indiretamente contribuíram com a nossa formação.

Muito obrigado.

## RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo desenvolver um plano de negócio que forneça informações sobre a viabilidade de implantação de um estúdio de danças urbanas no município de Paranaguá – Pr. Esse estudo é de grande relevância, pois promove o desenvolvimento da arte e cultura, a partir da dança para o bem-estar social e físico da população. A metodologia utilizada se deu por meio de pesquisa bibliográfica, pesquisa qualitativa e quantitativa com análise descritiva, através da utilização de questionário como instrumento de coleta de dados. Dessa maneira foi possível apresentar informações que auxiliam a tomada de decisões e assim minimizem as possibilidades de insucesso do negócio. Conforme informações apresentadas e dados analisados, a pesquisa aponta que o projeto referente ao Estúdio de dança *Urban Dance* é viável de acordo com as projeções realizadas na análise financeira e demais pesquisas.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Plano de Negócio. Danças Urbanas.

## **ABSTRACT**

The present work has the objective of developing a business plan that provides information on the feasibility of implementing a dances studio in the city of Paranaguá - Pr. This study is of great relevance, since it promotes the development of art and culture, from dance for the social and physical well-being of the population. The methodology used was through bibliographic research, qualitative and quantitative research with descriptive analysis, through the use of a questionnaire as a data collection instrument. In this way it was possible to present information that helps decision making and thus minimize the chances of business failure. According to information presented and data analyzed, the research indicates that the project concerning Urban Dance Dance Studio is feasible according to the projections made in the financial analysis and other researches.

Keywords: Entrepreneurship. Business plan. Urban Dances.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01 – FAIXAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO MUNICIPAL.....	47
FIGURA 02 – TAXA MÉDIA DE CRESCIMENTO ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO MUNICIPAL.....	48
FIGURA 03 – REDUÇÃO RELATIVA DE SUBALIMENTADOS, ESPECIALMENTE A PARTIR DE 2002.....	51
FIGURA 04 – HÁBITOS CULTURAIS DO BRASIL.....	53
FIGURA 05 – CLASSIFICAÇÃO DAS EDIFICAÇÕES E ÁREAS DE RISCO QUANTO À OCUPAÇÃO.....	58
FIGURA 06 – CLASSIFICAÇÃO DAS EDIFICAÇÕES QUANTO À ALTURA.....	58
FIGURA 07 – CLASSIFICAÇÃO DAS EDIFICAÇÕES E ÁREAS DE RISCO QUANTO A CARGA DE INCÊNDIO.....	59
FIGURA 08 – TABELAS DE CARGAS DE INCÊNDIO ESPECÍFICAS POR OCUPAÇÃO - CARGA DE INCÊNDIO GRUPO E.....	59
FIGURA 09 – REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA O ESTABELECIMENTO COM AS CARACTERÍSTICAS APRESENTADAS.....	60
FIGURA 10 – DADOS PARA O DIMENSIONAMENTO DAS SAÍDAS DE EMERGÊNCIA.....	60
FIGURA 11 – LOCALIZAÇÃO CONCORRÊNCIA.....	68
FIGURA 12 – DISTÂNCIA CONCORRENTE DIRETO CENTRO DE ARTES ADRIANA DIGIOVANNI COM REFERÊNCIA AO ESTÚDIO URBAN DANCE.....	69
FIGURA 13 – DISTÂNCIA CONCORRENTE DIRETO ESTÚDIO DE DANÇA FENIX COM REFERÊNCIA AO ESTÚDIO URBAN DANCE.....	70
FIGURA 14 – PROVÁVEL LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA E CÍRCULO DE ABRANGÊNCIA SETORIAL.....	74
FIGURA 15 – LOCAL DE FUNCIONAMENTO DA EMPRESA.....	74

FIGURA 16 – SINOPSE POR SETORES CÍRCULO DE ABRANGÊNCIA SETORIAL.....	75
FIGURA 17 – FLUXOGRAMA CADASTRO DE CLIENTES.....	96
FIGURA 18 – FLUXOGRAMA PAGAMENTOS MENSAS.....	97
FIGURA 19 – FLUXOGRAMA PLANEJAMENTO DAS AULAS.....	98
FIGURA 20 – FLUXOGRAMA PLANEJAMENTO E CRIAÇÃO DE EVENTOS.....	99
FIGURA 21 – FLUXOGRAMA PROPAGANDA E PROMOÇÃO.....	100
FIGURA 22 – PLANTA BAIXA.....	108

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 01 – ATIVIDADE ECONÔMICA.....	37
QUADRO 02 – EMPREGO E RENDA.....	38
QUADRO 03 – PREÇOS, JUROS E CÂMBIO.....	39
QUADRO 04 – RENDA, POBREZA E DESIGUALDADE – PARANÁ.....	44
QUADRO 05 – RENDA, POBREZA E DESIGUALDADE – PARANAGUÁ.....	45
QUADRO 06 – PESSOAS ECONOMICAMENTE ATIVAS, OCUPAÇÃO DA POPULAÇÃO DE 18 ANOS OU MAIS E RENDIMENTO MÉDIO – PARANÁ.....	46
QUADRO 07 – PESSOAS ECONOMICAMENTE ATIVAS, OCUPAÇÃO DA POPULAÇÃO DE 18 ANOS OU MAIS E RENDIMENTO MÉDIO – PARANAGUÁ.....	46
QUADRO 08 – ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO MUNICIPAL - PARANÁ, PARANAGUÁ.....	49
QUADRO 09 – TAXA DE POBREZA – PARANÁ.....	49
QUADRO 10 – TAXA DE POBREZA – PARANAGUÁ.....	49
QUADRO 11 – CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS DO REGIME DO SIMPLES NACIONAL.....	55
QUADRO 12 – ANÁLISE F.O.F.A.....	62
QUADRO 13 – POPULAÇÃO CENSITÁRIA DE 10 A 34 ANOS – PARANAGUÁ.....	64
QUADRO 14 – ANÁLISE DAS MODALIDADES OFERTADAS PELOS CONCORRENTES.....	67
QUADRO 15 – PREÇO DA ACADEMIA BIO AVENTURA.....	77
QUADRO 16 – PREÇO DA MIX DANCE.....	77
QUADRO 17 – PREÇO DO STUDIO WORLD DANCE.....	77
QUADRO 18 – PREÇO DO CENTRO DE ARTES ADRIANA DIGIOVANNI.....	78

QUADRO 19 – PREÇO DO ESTÚDIO DE DANÇA FÊNIX.....	78
QUADRO 20 – PREÇO DA COMPANHIA DE DANÇA ALABANZA.....	78
QUADRO 21 – PREÇO DO STUDIO DE DANÇA TOP DANCE.....	78
QUADRO 22 – PREÇO PARANAGUÁ DANÇA E MOVIMENTO.....	78
QUADRO 23 – DISPOSIÇÃO REFERENTE A AULA EXPERIMENTAL.....	91
QUADRO 24 – CADASTRO DE CLIENTES.....	101
QUADRO 25 – PAGAMENTOS MENS AIS.....	101
QUADRO 26 – PLANEJAMENTO DAS AULAS.....	102
QUADRO 27 – PLANEJAMENTO E CRIAÇÃO DE EVENTOS.....	102
QUADRO 28 – PROPAGANDA E PROMOÇÃO.....	103
QUADRO 29 – VOLUME, VARIEDADE, VARIAÇÃO DE DEMANDA E VISIBILIDADE.....	105
QUADRO 30 – EQUIPAMENTOS ESTÚDIO URBAN DANCE.....	107
QUADRO 31 – INVESTIMENTOS FIXOS.....	111
QUADRO 32 – INVESTIMENTO FIXO EM MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS.....	111
QUADRO 33 – MATERIAIS DE ESCRITÓRIO.....	111
QUADRO 34 – INVESTIMENTO FIXO EM MÓVEIS E UTENSÍLIOS.....	112
QUADRO 35 – INVESTIMENTO FIXO EM PRÉ OPERACIONAL EM OBRAS DE ENGENHARIA.....	112
QUADRO 36 – INVESTIMENTO FIXO EM PRÉ OPERACIONAL EM DESPESAS DE ABERTURA.....	113
QUADRO 37 – CUSTOS FIXOS ANUAIS.....	113
QUADRO 38 – CUSTOS VARIÁVEIS.....	114
QUADRO 39 – CONSUMO TOTAL PROJETADO EM, EM R\$ 1,00 CONSTANTES A PREÇOS DE SETEMBRO DE 2018, DE 2019 A 2028.....	115
QUADRO 40 – PROJEÇÕES CENÁRIO OTIMISTA.....	115
QUADRO 41 – FLUXO DE CAIXA OTIMISTA.....	116

QUADRO 42 – PROJEÇÕES CENÁRIO REALISTA.....	117
QUADRO 43 – FLUXO DE CAIXA REALISTA.....	117
QUADRO 44 – PROJEÇÃO EM CENÁRIO PESSIMISTA.....	118
QUADRO 45 – FLUXO DE CAIXA.....	118
QUADRO 46 – ORÇAMENTO DE VENDAS.....	118

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01 – POPULAÇÃO PROJETADA – PARANÁ.....	41
GRÁFICO 02 – POPULAÇÃO PROJETADA – PARANAGUÁ.....	43
GRÁFICO 03 – POPULAÇÃO CENSITÁRIA DE 10 A 34 ANOS – PARANAGUÁ.....	63
GRÁFICO 04 – POPULAÇÃO PROJETADA – PARANAGUÁ.....	65
GRÁFICO 05 – POPULAÇÃO PROJETADA TOTAL DE 10 A 34 ANOS – PARANAGUÁ.....	65
GRÁFICO 06 – GÊNERO.....	79
GRÁFICO 07 – FAIXA ETÁRIA.....	80
GRÁFICO 08 – BAIRRO DOS RESPONDENTES.....	81
GRÁFICO 09 – INTERESSE DOS RESPONDENTES.....	82
GRÁFICO 10 – ESTILO DE MUSICAL.....	83
GRÁFICO 11 – PRÁTICA DE DANÇA.....	84
GRÁFICO 12 – INTERESSE NA PRÁTICA DE DANÇA.....	84
GRÁFICO 13 – IMPEDIMENTOS A PRÁTICA DA DANÇA.....	85
GRÁFICO 14 – DISTÂNCIA VIÁVEL PRETENDIDA.....	86
GRÁFICO 15 – DISTÂNCIA VIÁVEL PRETENDIDA.....	87
GRÁFICO 16 – MODALIDADE DE INTERESSE.....	88
GRÁFICO 17 – VALOR DA MENSALIDADE.....	89
GRÁFICO 18 – REDES SOCIAIS MAIS UTILIZADA.....	89
GRÁFICO 19 – CONSIDERAÇÕES RELACIONADO A LOCALIZAÇÃO DO EMPREENHIMENTO.....	90

## LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

ABRINQ	- Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos
CNAE	- Classificação Nacional de Atividades Econômicas.
COFINS	- Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social.
CONCLA	- Comissão Nacional de Classificação.
CPP	- Contribuição Patronal Previdenciária.
CSCIP	- Código de Segurança Contra Incêndio e Pânico.
CSLL	- Contribuição Social sobre o Lucro Líquido.
DAS	- Documento de Arrecadação do Simples Nacional.
ECA	- Estatuto da Criança e do Adolescente.
Ed	- Edição
EPP	- Empresas de Pequeno Porte.
FAO	- <i>Food and Agriculture Organization</i> (Organização das nações unidas para a alimentação e a agricultura).
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
IBOPE	- Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.
ICMS	- Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços.
IDHM	- Índice de Desenvolvimento Humano Municipal.
IGP-DI	- Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna.
IPARDES	- Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social.
IPEA	- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.
IPI	- Imposto sobre Produtos Industrializados.
IRPJ	- Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica.
ISS	- Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza.
ME	- Microempresa.
NPT	- Norma de procedimento técnico
ONGs	- Organizações Não Governamentais
PEA	- População economicamente ativa.
PIB	- Produto interno bruto.
PIS/Pasep	- Programa de Integração Social,/Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público.
PNAD	- Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio.
SEBRAE	- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
SELIC	- Sistema Especial de Liquidação e de Custódia.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	16
1.1 OBJETIVOS.....	16
1.1.1 Objetivo Geral .....	16
1.1.2 Objetivos Específicos .....	17
<b>2 REVISÃO TEÓRICA</b> .....	17
2.1 EMPREENDEDORISMO .....	17
2.2 A IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIOS.....	18
2.3 GESTÃO EM ORGANIZAÇÕES.....	20
2.4 GESTÃO DE FINANÇAS.....	20
2.5 GESTÃO DE <i>MARKETING</i> .....	21
2.6 O MOVIMENTO <i>HIP HOP</i> .....	22
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	24
<b>4 PLANO DE NEGÓCIO</b> .....	27
4.1 CAPA.....	27
4.2 SUMÁRIO EXECUTIVO .....	27
4.3 APRESENTAÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	28
4.3.1 Visão .....	28
4.3.2 Missão.....	29
4.4 SERVIÇOS OFERTADOS PELO EMPREENDIMENTO .....	29
4.4.1 Descrição do serviço .....	29
4.4.2 Mercado-alvo .....	29
4.4.3 Benefícios aos consumidores .....	29
4.4.4 Pontos fortes e/ou fracos do serviço .....	30
4.4.5 Preparação para o crescimento .....	30
4.4.6 Descrição das características técnicas recursos necessários e riscos .....	31
4.5 EQUIPE DE GESTÃO .....	31
4.5.1 Curriculum Vitae resumido de cada membro da equipe.....	31
4.5.2 Perfil da equipe (caráter multidisciplinar, complementaridade, experiência) .....	33
4.5.3 Participação social da equipe no capital da empresa.....	33
4.5.4 Projeção da necessidade de quadros técnicos e processo de captação de talentos.....	34
4.5.5 Sistema de avaliação de desempenho.....	34
4.6 ANÁLISE SETORIAL .....	34
4.6.1 Macroambiente.....	34
4.6.1.1 Identificação das variáveis macroambientais que afetam o negócio ..	35
4.6.1.2 Análise do comportamento das variáveis macroambientais .....	35
4.6.1.2.1 Aspectos Econômicos .....	36

4.6.1.2.2 Aspectos Demográficos .....	39
4.6.1.2.3 Aspectos Sociais .....	47
4.6.1.2.4 Aspectos Culturais .....	51
4.6.1.2.5 Aspectos Políticos e Legais .....	53
4.6.2 Análise F. O. F. A. ....	61
4.6.2.1 Compreensões suplementares .....	61
4.6.3 Análise de Mercado (Demanda).....	63
4.6.4 Análise de Mercado (Oferta) .....	66
4.6.4.1 Análise da Concorrência.....	66
4.6.5 Definição de <i>Marketing</i> .....	70
4.6.5.1 Mix de <i>Marketing</i> .....	71
4.6.5.2 Plano de <i>Marketing</i> .....	73
4.6.5.2.1 Praça.....	73
4.6.5.2.2 Promoção.....	75
4.6.5.2.3 Preço.....	76
4.6.6 Pesquisa de Mercado.....	79
4.6.6.1 Análise dos dados .....	79
4.6.6.2 Análise dos Resultados .....	92
4.7 PLANO OPERACIONAL.....	94
4.7.1 Processos Produtivos.....	94
4.7.2 Fluxograma dos processos principais .....	95
4.7.2.1 Cadastro De Clientes (Matrícula).....	95
4.7.2.3 Planejamento das aulas. ....	97
4.7.3 Modelo de Transformação .....	100
4.7.3.1 Cadastro de clientes (matrícula) .....	100
4.7.3.2 Pagamentos mensais .....	101
4.7.3.3 Planejamento das aulas .....	101
4.7.3.4 Planejamento e criação de eventos.....	102
4.7.3.5 Propaganda e Promoção.....	102
4.7.4 Volume, variedade, variação da demanda, e visibilidade (Grau de contato com o consumidor).....	103
4.7.5 Projeto.....	105
4.7.5.1 Loja de serviços.....	105
4.7.6 Arranjo físico .....	106
4.7.7 Processo .....	106
4.7.8 Equipamentos necessários .....	107
4.7.9 Planta baixa do empreendimento.....	107
4.7.10 Planejamento e controle da produção.....	108
4.7.11 Sustentabilidade operacional .....	109

4.8 PLANO FINANCEIRO.....	110
4.8.1 Investimentos iniciais .....	110
4.8.2 Resultado operacional: Investimento em cenário otimista .....	114
4.8.3 Resultado de investimento em cenário realista.....	116
4.8.4 Resultado investimentos em cenário pessimista.....	117
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>119</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>120</b>
<b>APÊNDICE 1 - FORMULÁRIO DO QUESTIONÁRIO .....</b>	<b>125</b>
<b>APÊNDICE 2 - ORÇAMENTO OPERACIONAL.....</b>	<b>129</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Constantemente o mercado vem sofrendo transformações, e, para resistir a essas mudanças é necessário que as empresas se encontrem preparadas, afinal, um bom planejamento é indispensável nesse processo. Nesse sentido, o plano de negócios é uma ferramenta que auxilia o empreendedor a planejar o futuro da sua empresa, pois tem como função verificar a viabilidade do negócio, no que se refere a indicação de seus clientes e concorrentes, bem como possibilita prever a estimativa da lucratividade, a rentabilidade, o prazo de retorno do investimento, dentre outros aspectos.

Sobre Plano de Negócio, Salim et al. (2005, p. 3) conceitua como sendo “um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros”.

O objetivo principal deste plano de negócio se aplica para a criação de um estúdio de dança localizado no município de Paranaguá, Paraná. O Estúdio *Urban Dance* tem como foco central a melhoria na qualidade de vida através da prática de danças urbanas, e ofertará este serviço a um público que compreende crianças, a partir de 10 anos de idade, e atinge um público de adultos de até com 34 anos de idade.

A metodologia utilizada se deu por meio de técnicas de pesquisa qualitativa e quantitativa com análise descritiva e exploratória. O estudo foi feito a partir do levantamento bibliográfico em que se concentra sua maior parte sobre os tipos de danças urbanas existentes.

Dessa maneira foi possível apresentar informações que auxiliem a tomada de decisões e assim minimizem as possibilidades de insucesso do negócio.

### 1.1 OBJETIVOS

#### 1.1.1 Objetivo Geral

Avaliar a viabilidade para a criação de um estúdio de danças urbanas no município de Paranaguá - PR, no bairro Campo grande.

### 1.1.2 Objetivos Específicos

- Explorar a teoria sobre o campo em relação a dança urbana.
- Mapear os Estúdios de danças urbanas existentes no município de Paranaguá – PR.
- Identificar a demanda local e externa para esse empreendimento.
- Estabelecer relações entre a demanda e o estúdio de danças urbanas.
- Verificar a viabilidade para a criação de um estúdio de dança.

## 2 REVISÃO TEÓRICA

### 2.1 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo pode ser definido como um processo no qual pessoas são capacitadas a idealizar e desenvolver “novos” modelos de negócio diferentemente da maioria, além de serem pessoas criativas, marcadas pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos, mantendo um nível de consciência do ambiente em que vivem e utilizando-o para detectar oportunidades de negócios, que atualmente pode-se observar como sendo um agente de desenvolvimento responsável por manter a economia em constante movimento (FILION, 1999).

Dessa forma, empreendedorismo é o meio pelo qual as pessoas são capazes de idealizar e até mesmo desenvolver seus modelos de negócios de forma inovadora.

De acordo com o supracitado, recentemente o tema empreendedorismo vêm sendo comumente mencionado, tendo também como principal motivação a busca por sua definição. Nesse sentido diversos autores nos oferecem esclarecimentos para tal termo, como por exemplo Schumpeter (1982, citado por TORRES, 2017, p. 14), que ressalta o empreendedor como sendo,

Aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. Eles são o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, gerando novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados, revolucionando a estrutura econômica.

Portanto, o termo empreendedorismo tem como pressuposto movimentar a economia, gerando assim novos mercados e até mesmo novos produtos.

Nesse sentido, Filion (1999) enfatiza em seu artigo o fato de que, o empreendedor que continua a estudar e compreender possíveis oportunidades de negócios e optam por decisões que se apresentam geralmente arriscadas visando a inovação, continuam a exercer seu papel de empreendedor.

Sob esta perspectiva, o empreendedor é aquele que sempre está na busca de conhecimento, em que visa inovação diante o mercado. Assim, o presente estudo tem como objetivo verificar a viabilidade de um Estúdio de Dança, considerando o cenário econômico atual.

Referido Estúdio de Dança, *Urban Dance*, se constitui através do empreendedorismo, em que ser empreendedor não se associa apenas ao agir, pois também a formas de empreender na realização de um plano de negócio. De tal forma que, pensar em todos os processos necessários, ideias desenvolvidas, sugestões coletadas, análises realizadas, caracterizam como sendo um empreendedor em processo de criação, bem como o enfoque de Dornelas (1971, p. 23), o qual considera que “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”.

## 2.2 A IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIOS

Plano de Negócio, Salim et al. (2005, p. 3) conceitua como sendo “um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros”.

No que se refere ao conhecimento gerado, este, por sua vez faz com que a empresa tenha entendimento dos rumos a serem seguidos, bem como os futuros rumos que se pretende alcançar, tendo como uma linha a seguir para que assim, possa se chegar aos objetivos desejados. E, para se obter o desejado, ou seja, alcançar a sua meta, o plano de negócio é uma ferramenta precursora para que o empreendedor possa definir suas ideais, em consonância ao mercado a que se propõe, com relação com seus fornecedores, com os meios e/ou tipos de distribuição do seu produto ou serviço, coadunando aos fatores financeiro, dentre outros, para assim comprovar ou não a viabilidade e a probabilidade de sucesso do empreendimento que se pretende desenvolver. Corroborando, Dornelas (1971, p.97) enfatiza que:

Isso é o que se espera de um plano de negócios. Que seja uma ferramenta para o empreendedor expor suas ideias em uma linguagem que os leitores do plano de negócio entendam e, principalmente, que mostre viabilidade e probabilidade de sucesso em seu mercado. O plano de negócios é uma ferramenta que se aplica tanto no lançamento de novos empreendimentos quanto no planejamento de empresas maduras.

Observando a constante mudança no mercado, se faz necessário o planejamento dos passos de uma empresa através de um plano de negócio. Percebe-se que para sua atualização, elaboração, assim como sua utilização, haja algumas regras básicas, regras essas que pelo fato de não serem estáticas permitem ao empreendedor utiliza-las de forma coerente, para enfatizar aspectos que sejam de importância ao seu público destinado. Quando o plano de negócio é realizado, em empresas já existentes, ele deve apresentar dados que comprovem onde a organização se encontra, no momento atual do mercado, assim como suas pretensões e planejamentos para o futuro. Para Dornelas (1971, p. 98) há uma relação no que se refere há alguns critérios para o desenvolvimento do plano,

Todo plano de negócios deve ser elaborado e utilizado seguindo algumas regras básicas, mas que não são estáticas e permitem ao empreendedor utilizar sua criatividade ou o bom senso, enfatizando um ou outro aspecto que mais interesse ao público-alvo do plano de negócios em questão. No caso das empresas que já se encontram em funcionamento, ele deve mostrar não apenas onde a empresa quer chegar (situação futura), mas também onde a empresa está no momento, apresentando os valores dos seus atuais indicadores de desempenho.

Desta forma, o planejamento assim como o plano de negócio deve ser considerado indispensável ao longo do funcionamento de uma empresa, desde sua idealização ao seu atual desempenho, com vistas a um crescimento futuro.

Para o presente estudo, o plano de negócio caracterizou-se como uma ferramenta que auxiliou em todo processo. A implementação da ideia foi o início e logo necessitou-se da utilização de métodos eficazes para o prosseguimento do plano, a partir do pressuposto da abertura do negócio, para o qual realizou-se pesquisas, assim as ideias foram moldadas, e, as opiniões foram formadas, tendo como premissa minimizar as possibilidades de insucesso da pretendida organização, pois de acordo com o SEBRAE (2013), no Brasil, uma das principais causas de mortalidade empresarial se dá pela falta de planejamento, aliado a diversos outros fatores.

## 2.3 GESTÃO EM ORGANIZAÇÕES

No que se refere a organização, esta passa a existir a partir da percepção do indivíduo, em que vê que a realização do trabalho em conjunto, ou em equipe, facilita todo o processo e culmina para que os resultados sejam promissores, tal fato, aliado a uma boa gestão constituem a instituição/organização, pois deles demanda a garantia necessária para a obtenção de bons resultados.

Segundo Tenório (2001, p.17), “para que uma atividade seja bem-sucedida é preciso uma boa utilização dos recursos e o direcionamento desses recursos para o atingimento da finalidade proposta pelos membros da organização”. Desta maneira é necessário que haja bom planejamento quanto a utilização e direcionamento dos recursos, pois estes serão essenciais nos seus processos.

Para Tenório (2001, p.18), o gerenciamento se resume em estabelecer objetivos, obter recursos para cumprir determinadas finalidades. No entanto, para que seja definida a finalidade de uma organização, deve-se pensar a que se destina, ou seja, o que se pretende atingir.

Fazendo um paralelo com o presente estudo, pode-se inferir que, quando se pensa em um estúdio de dança observa-se sua importância, assim, para que o mesmo possa se adequar e sobreviver no mercado é possível destacar que os meios possam facilitar e ajudar nessa gestão. Pensar em gerir uma escola de dança não se resume apenas em dar a aula, considera-se ir muito além disso, com etapas a serem respeitadas, as quais podem ser muito úteis a partir do desse gerenciamento. Enfim, com uma boa gestão, a organização consegue ter um bom relacionamento com seus clientes, em que poderá minimizar a inadimplência, ou evitar que isso aconteça, bem como outros fatores que possam problematizar o bom andamento do estúdio.

## 2.4 GESTÃO DE FINANÇAS

Gestão financeira, ou de finanças, é um conjunto de processos e ações administrativas que envolvem o estudo, o planejamento, e o controle das atividades financeiras da empresa, tendo como principal objetivo aumentar por meio da geração de lucro líquido derivado das atividades operacionais o valor do patrimônio e melhorar os rendimentos apresentados pela empresa, utilizando do planejamento para otimizar resultados (ROSA, 2010). Portanto gestão financeira são todas as ações que envolvem as atividades financeiras da empresa.

Segundo Gitman (1997, p. 589), “o planejamento financeiro é um aspecto importante para o funcionamento e sustentação da empresa, pois fornece roteiros para dirigir, coordenar e controlar suas ações na consecução de seus objetivos”. Assim, a importância a este quesito deve ser dada criteriosamente.

Para tanto, o planejamento financeiro é um processo indispensável para o funcionamento e suporte da empresa, pois fornecerá informações que podem coordenar e controlar as atividades do negócio. Ao versar sobre o planejamento financeiro é importante citar Silva (2002, p. 45), o qual destaca que,

O planejamento financeiro formaliza o método pela qual as metas financeiras devem ser alcançadas. Em outras palavras, é uma declaração formal do que deverá ser feito no futuro, estabelecendo diretrizes de mudança na empresa.

Dessa maneira considerar que o planejamento financeiro é um mecanismo que formaliza o modo pela qual as metas serão alcançadas, é estruturar o negócio financeiramente. Nesse sentido, o elemento financeiro em empreendimentos é o que rege e direciona toda a empresa, auxiliando seu crescimento e fatura no mundo dos negócios, apresentando idealizações e metas a serem atingidas futuramente com a finalidade de alcançá-las com maior probabilidade (Gitman,1997).

Entretanto, para a elaboração do plano de negócio em questão, a utilização do plano financeiro se deu com a intenção de se obter bons resultados, tendo como estimativa: a lucratividade, a rentabilidade, o prazo de retorno do investimento, dentre outros aspectos, que culminem para a análise da viabilidade do negócio, bem como de meios que garantam a sua implementação.

## 2.5 GESTÃO DE *MARKETING*

Gestão de *marketing* é o instrumento utilizado para que determinada organização possa verificar e escolher um mercado no qual deseja ser inserida bem como as ferramentas que serão utilizadas para que se possa conquistar e cativar os clientes conforme, o qual para Kotler e Armstrong (2003, p. 11), “*Marketing* é a arte e a ciência de escolher os mercados-alvo e de conquistar, reter e cultivar clientes, por meio da criação, comunicação e fornecimento de valor superior para os clientes”.

Na visão mais detalhada do que é *Marketing*, Kotler e Armstrong (2003; p.11) enfatizam que,

*Marketing* é a função empresarial que identifica necessidades e desejos insatisfeitos, define e mede sua magnitude e seu potencial de rentabilidade, especifica que mercados-alvo serão mais bem atendidos pela empresa, decide sobre produtos, serviços e programas adequados para servir a esses mercados selecionados e convoca a todos na organização para pensar no cliente e atender ao cliente.

Desta forma, a pesquisa de mercado é importante para todos os negócios, pois a partir desse estudo procura-se identificar reparos, que muitas vezes só são percebidas pelo próprio público, os quais podem influenciar diretamente na tomada de decisão, bem como na definição de estratégias e implementação de melhorias para o próprio negócio. Nesse sentido, o questionário aplicado, para o presente estudo, visou contemplar identificar aspectos culturais, sociais que pudessem complementar o estudo sobre a viabilidade do Estúdio de Dança *Urban Dance*, diante do cenário do município de Paranaguá-PR.

## 2.6 O MOVIMENTO *HIP HOP*

A dança é a representação da necessidade de expressão do homem, assim como qualquer método de manifestação artística, sendo essa necessidade relacionada ao que há de básico na natureza humana, demonstrando suas crenças e sentimentos com o auxílio da dança (EARO, 1987). Sendo assim, a dança é o meio pela qual o homem pode se expressar, seja ela de modo pessoal ou artístico, expondo seus sentimentos através de expressões corporais, realizando movimentos em harmonia com o estilo musical.

No século XIX, a dança se fez presente entre os nobres e seus grandes salões de festas, demonstrando interesses sociais visto que se diferenciava das classes pobres que exerciam a prática de danças folclóricas. (ALMEIDA, et al. 2005).

Sobre a dança, Laban (1990, p.130) destaca que,

A dança como forma de expressão e comunicação, estimula as capacidades humanas e pode ser incorporada à linguagem oral, por exemplo. Assim como as palavras são formadas por letras, os movimentos são formados por elementos, a expressão estimula e desenvolve as atividades psíquicas de acordo com os seus conteúdos e forma de ser vivida, tanto quanto a palavra.

Portanto, a dança auxilia o indivíduo em sua forma de expressão, além de estimular a sua capacidade humana, promovendo assim, melhor qualidade de vida através destas atividades.

Segundo Costa (2005), o Hip Hop é um movimento cultural onde se busca a liberdade e a inclusão do negro na sociedade, visando sempre seus direitos como cidadão. Além disso o Hip Hop também é arte, pois é constituído por alguns elementos que são a música, o grafite e a dança.

Outro autor que versa sobre o movimento hip hop é Pimentel (1999, citado por COSTA, 2005, p. 89), o qual aponta que,

Gente pobre, com empregos mal remunerados, baixa escolaridade, pele escura. Jovens pelas ruas, desocupados, abandonaram a escola por não verem o porquê de aprender sobre democracia e liberdade se vivem apanhando da polícia e sendo discriminados no mercado de trabalho. Ruas sujas e abandonadas, poucos espaços para o lazer. Alguns, revoltados ou acovardados, partem para a violência, o crime, o álcool, as drogas; muitos buscam na religião a esperança para suportar o dia-a-dia; outros ouvem música, dançam, desenham nas paredes. Por incrível que pareça, não é o Brasil. Falamos dos guetos negros de Nova York nos anos 70, tempo e lugar onde nasceu o mais importante movimento negro e jovem da atualidade, o Hip-Hop.

Dessa forma é possível esclarecer o que é o Hip-Hop, pois se apresenta como um movimento cultural que visa a liberdade e a inclusão de negros e pobres na sociedade.

O *Street Dance* pode ser definido como a junção de vários estilos de dança, cujos movimentos são detalhados, fortes, sincronizados e rápidos, sendo que este tipo de dança surgiu nos Estados Unidos em 1929, em meio a grande crise econômica e a quebra da bolsa de Nova York, o qual levou os músicos e dançarinos americanos a realizarem suas performances nas ruas (DIAS, 2016).

Na década de 1960, na periferia de Nova York se iniciava a prática da dança *break*, os *breakers* executavam isso como uma forma de reivindicação contra a guerra do Vietnã. Segundo eles os movimentos dessa dança representavam os movimentos dos feridos da guerra. Diferentemente do Brasil onde seus dançarinos enxergavam isso como uma diversão. No início esses dançarinos se concentravam na Praça Ramos, localizada em frente ao Teatro Municipal de São Paulo, no entanto, pela irregularidade do piso acabaram para a Rua 24 de Maio. Este local então se tornou propício por seu piso de mármore e pelas lojas aos arredores, onde chamavam a atenção de seus praticantes (FOCHI, 2007).

A dança break também faz parte do movimento cultural Hip Hop, elencada ao *Street Dance*, sendo também uma dança urbana. Desse modo é possível verificar a origem do Street Dance e da dança break, pois ambos surgiram como forma de manifestação. A princípio, os praticantes de break não eram muito bem vistos pela

sociedade, muitos até mesmo chegaram a sofrer preconceito, porém, com o passar dos anos e com a mudança de pensamento e comportamento da sociedade, essa dança foi se propagando, assim ficando conhecida e considerada por muitos (FOCHI, 2007).

Portanto os estilos urbanos têm como característica a expressão dos sentimentos em relação a realidade cultural e social, demonstrando-o por meio do movimento Hip Hop, onde encontra-se o estilo da dança *Street Dance* ou Dança de Rua e a dança *Break*.

Nesse sentido o Estúdio de Dança *Urban Dance* ofertará aulas de danças urbanas, tendo como estilos escolhidos o *Street Dance* ou Dança de Rua e o *Break*. A escolha em trabalhar neste tipo de negócio se deu pelo fato dos sócios da *Urban Dance* terem grande proximidade com o assunto, os quais tiveram grande interesse em verificar a viabilidade para a criação de um Estúdio de Danças Urbanas, como as descritas no presente tópico.

### **3 METODOLOGIA**

Segundo Cervo e Bervian citado por Moresi (2003, p. 13), “nas ciências, entende-se por método o conjunto de processos que o espírito humano deve empregar na investigação e demonstração da verdade”.

O método utilizado foi misto, qualitativo e quantitativo, sendo que uma das técnicas foi o levantamento bibliográfico. A pesquisa bibliográfica tem como objetivo o resgate de obras estruturadas e publicadas como confirmação de novos argumentos apresentados. Para Moresi (2003) o intuito de uma pesquisa é alcançar a verdade utilizando análise da realidade e as teorias científicas que comprovam verdadeiramente as hipóteses.

Como suporte teórico o estudo deste trabalho utilizou-se principalmente as literaturas em referência as seguintes áreas: empreendedorismo; gestão; plano de negócios; dança; *marketing* entre outros, por meio de consultas em periódicos, livros ou e-books e artigos mencionados no decorrer do trabalho.

Além disso, os dados secundários tiveram um papel importante no desenvolvimento do estudo, a partir de fontes utilizadas como IBGE, PNAD, dentre outras. A partir dessas fontes foi possível explicar alguns elementos importantes como: a economia, a política, bem como outras variáveis encontradas no macro e microambiente. Para Marconi e Lakatos (2000 citado por Rezende 2009, p. 18) as

fontes secundárias possibilitam a resolução de problemas já conhecidos, em que é possível explorar outras áreas onde os problemas ainda não se cristalizaram suficientemente.

A pesquisa quantitativa, segundo Moresi (2003, p. 8) “considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las”. É um tipo de pesquisa mais comum no mercado, o qual prioriza apontar a frequência e a intensidade dos comportamentos dos indivíduos de um determinado grupo ou população.

Na coleta de dados, referente ao público alvo, o instrumento de pesquisa utilizado foi um questionário composto de 16 questões, sendo estas abertas, fechadas e de múltiplas escolhas. Para Moresi (2003) o questionário é o instrumento mais usado para o levantamento de informações.

Para Gil (1999, p. 128).

Pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.

Para a análise de espaço urbano, as informações foram coletadas no banco de dados do IBGE e no aplicativo *Google Maps*, em que se utilizou do *software* de edição de imagem PAINT. A ferramenta Excel auxiliou para a confecção das tabelas para demonstrativos. Para a espacialização dos dados coletados foi utilizado a ferramenta de rotas do aplicativo *Google Maps*, bem como a realização de visitas para o reconhecimento e medição do local para implantação.

Na etapa final deste projeto, a amostra, com resultados e com o diagnóstico realizado, é apresentada, com todas as ferramentas utilizadas para a conclusão do trabalho.

A pesquisa quantitativa foi realizada através da utilização de questionários, essas pesquisas se deram de modo transversal, sendo que não foram considerados os parâmetros referentes ao tempo, sejam eles prospectivos ou retrospectivos. Desta forma a pesquisa foi projetada para se realizar em datas pré-estabelecidas, as quais foram aplicadas em um curto período de tempo. Para Fontelles, Simões, Farias e Fontelles, (2009, p. 7), “no estudo transversal (ou seccional), a pesquisa é realizada em um curto período de tempo, em um determinado momento, ou seja, em um ponto no tempo, tal como agora, hoje”.

Como mencionado, a pesquisa quantitativa busca resultados que podem ser quantificados, em que seja possível obter uma amostra mais aproximada da realidade encontrada, que de acordo com Fonseca (2002, p. 20),

Diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc.

Entretanto, a técnica utilizada para o presente estudo se deu a partir da análise quantitativa descritiva.

No que se refere a verificação da viabilidade do negócio, a partir dos concorrentes ativos, utilizou-se o mapeamento dos estúdios de danças urbanas, para identificar a sua demanda local e externa, realizar pesquisas sobre o macroambiente e microambiente, bem como elaborar os planos de *marketing*, operacional e financeiro para o Estúdio *Urban Dance*. Tais dispositivos de pesquisa contribuem para o estudo da viabilidade de implantação do estúdio de dança como um empreendimento na região de Paranaguá-PR.

Outro elemento importante foi a realização do levantamento de dados sobre os processos jurídicos, os quais são necessários para a abertura do empreendimento. No que se refere a estrutura física e composição da equipe profissional, esses fatores fazem parte da planilha financeira, em que compreende o quantitativo de profissionais necessários para o funcionamento do estabelecimento, bem como os equipamentos e materiais necessários. Tais referentes encontram-se inseridos no tópico da viabilidade financeira do negócio. Quanto ao espaço em que se dará implantação do estúdio, a projeção foi cuidadosamente analisada, de acordo com as necessidades encontradas, com vista para a oferta de um serviço de qualidade aos futuros clientes da *Urban Dance*.

## 4 PLANO DE NEGÓCIO

### 4.1 CAPA



FONTE: Os autores (2018).

Estúdio de dança *Urban Dance*

Localização: Esquina da Av. dos Expedicionários com Av. Julia da Costa, Paranaguá-PR.

### 4.2 SUMÁRIO EXECUTIVO

O trabalho desenvolvido se deu a partir da perspectiva do estudo de viabilidade da abertura de um Estúdio de dança, no bairro Campo Grande, na cidade de Paranaguá, no Paraná, o qual oferecerá a prática de danças urbanas. Este destina-se a um público que compreende desde crianças de 10 anos idade até adultos com 34 anos de idade, com foco na melhoria da qualidade de vida de seus clientes, a partir

da prática da atividade física. Como projeção, o espaço será constituído por um único salão de danças.

Na pesquisa sobre a percepção do mercado alvo, aplicou-se ferramentas de *Marketing*, como por exemplo os 4 Ps, com vista para o estudo e compreensão da viabilidade do negócio. Para a formação da empresa, o estudo realizado considerou os processos operacionais como: a elaboração das aulas, a qualificação de professores, os níveis de aprendizado dos alunos, a limpeza do ambiente e as compras de artigos necessários. Todos esses requisitos são imprescindíveis para a abertura do negócio, bem como para o seu funcionamento na realização das aulas de dança. Quanto a viabilidade financeira, um fator importante, verificou-se o valor necessário para investimento, além de custos fixos e variáveis, bem como o prazo de retorno do investimento.

Para o melhor entendimento das classificações do empreendimento foram levados em consideração dados da Comissão Nacional de Classificação (CONCLA), a qual mostra as escolas de danças enquadradas pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE/IBGE). Referidos dados foram elementos que suportam a academia de dança, a qual é questão do presente estudo, em que possibilitou adequá-la como uma microempresa (ME), amparada legalmente pela CONCLA, entretanto, também pode ser enquadrada no Simples Nacional, um regime em que possibilita a participação tanto de Microempresas quanto Empresas de Pequeno Porte (EPP) (Simples Nacional, 2018).

#### 4.3 APRESENTAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

O Estúdio *Urban Dance* oferecerá a prática de danças urbanas para um público de idade entre crianças de 10 anos a adultos com 34 anos. Possui enfoque na melhoria da qualidade de vida, através da prática de atividade física desencadeada pela dança. A princípio, o espaço será composto por um único salão de danças, o qual será utilizado para a aplicação das aulas em diversos horários do dia, durante a semana.

##### 4.3.1 Visão

Ser referência no ensino de danças urbanas na cidade, bem como conquistar o reconhecimento como a melhor opção neste segmento.

#### 4.3.2 Missão

Desenvolver a arte e cultura a partir da dança para o bem-estar e interação entre os participantes.

### 4.4 SERVIÇOS OFERTADOS PELO EMPREENDIMENTO

#### 4.4.1 Descrição do serviço

O Serviço que será ofertado pela *Urban Dance* é a prática de danças urbanas, através de aulas, as quais serão ministradas por profissionais qualificados, tendo em vista as diferentes aptidões de cada pessoa. Entre os estilos de dança abrangentes pelo estúdio, considera-se o *Street Dance* como fundamental, pois através dele, podem ser trabalhados variados estilos dentro do movimento do *Hip Hop*, bem como a ligação que esse movimento tem com a cultura urbana, e, o que poderá ser desencadeado a partir de então, como por exemplo: parcerias para a interação de jovens em situação de vulnerabilidade social.

A *Urban Dance* irá estruturar e planejar suas aulas levando em consideração diferentes níveis de dificuldade por participante, tais fatores como idade, grau e tempo de aprendizagem.

#### 4.4.2 Mercado-alvo

O público alvo da *Urban Dance* inicia se dá a partir de pessoas entre as faixas etárias: de 10 a 19 anos de idade e de 20 aos 34 anos de idade.

De acordo com os dados do IPARDES (2018), em Paranaguá-Pr. a população projetada nessas faixas etárias, no ano de 2018, compreende um total de 26.953 indivíduos entre 10 e 19 anos, enquanto que para a faixa etária de 20 e 34 anos, este público é de 37.639 indivíduos, dado ao fato que o estúdio de dança almeja alcançar boa parte desse mercado, o empreendimento tem possibilidades de ser rentável.

#### 4.4.3 Benefícios aos consumidores

A *Urban Dance* tem como pressuposto proporcionar a prática de modalidades de danças, que produzam uma melhoria na qualidade de vida dos interessados em

participar das modalidades de danças ofertadas pelo estúdio, com o propósito de trazer a seus clientes uma vida mais saudável, a partir da prática desta forma de atividade física, visando assim, o bem-estar de cada aluno, bem como a relação entre atividade física com os aspectos culturais e sociais, elementos estes tão importantes na formação de jovens e adolescentes.

#### 4.4.4 Pontos fortes e/ou fracos do serviço

Como ponto forte da *Urban Dance* destaca-se a equipe de gestão do empreendimento, tendo em vista as qualificações e experiência profissional de cada um, sejam elas nas áreas de gestão, atendimento ao público, noções de primeiros socorros e prevenção a incêndio e pânico. Outra questão considerada como ponto forte do estúdio é o foco na melhoria do bem-estar aos clientes, dado ao fato de que as atividades de dança são um grande estímulo para as pessoas diante do exercício realizado e da interação proporcionada.

Um elemento considerado como ponto fraco é a falta de habilidade de um dos sócios para ministrar as aulas de danças no estúdio, fator este que poderia minimizar os custos com professor de dança qualificado para tal. A contratação de um ou mais professores para suprir a demanda necessária para o cumprimento do propósito do estúdio é uma despesa calculada, entretanto, suprir a demanda com a própria equipe societária poderia minimizar os custos iniciais do negócio.

#### 4.4.5 Preparação para o crescimento

O Estúdio de dança *Urban Dance*, quando atingida sua maturidade e consolidação no mercado, pretende investir na expansão do negócio, em que projeta-se a ampliação do espaço, ou até mesmo a transferência do Estúdio para um local de maior capacidade de público. Outro dado relevante é a diversificação do portfólio de serviços, em que poderão ser ofertados outros tipos e estilos de prática de danças, as quais não são parte do escopo do trabalho, neste momento.

Com a análise dos resultados da pesquisa de mercado, pode-se perceber um público com maior abrangência no que diz respeito a idade, sendo assim este público pode variar positivamente para o crescimento da empresa.

Outro fator importante a ser considerado, conforme resultados da pesquisa, está ligado as sugestões, apontadas pelos respondentes do questionário, como

melhoria das experiências com a realização das aulas. Outro dado relevante foi abrir a possibilidade de estimular pessoas com necessidades especiais a partir da prática de danças urbanas.

#### 4.4.6 Descrição das características técnicas recursos necessários e riscos

Considera-se a análise dos aspectos técnicos do empreendimento, de modo que possa ser mais detalhado tanto as necessidades oriundas do tipo do negócio quanto os riscos dos serviços ofertados. Para as aulas de danças urbanas o Estúdio *Urban Dance*, o risco principal é a não identificação do público alvo com maior precisão, pois este tipo de empreendimento depende da identificação do comportamento dos consumidores, e, das suas percepções no que diz respeito às suas prioridades.

Para que este negócio tivesse uma maior previsibilidade de seu público outra pesquisa de cunho quantitativo poderia ser realizada, no entanto a exiguidade de prazos foi um determinante para a não realização deste tipo de pesquisa, em que poderia contar com uma amostra maior, a qual poderia expressar uma realidade mais aproximada com o objeto de estudo. Quanto as características técnicas, estas estão em consonância com a equipe e materiais necessários descritos no Plano de Negócio.

### 4.5 EQUIPE DE GESTÃO

#### 4.5.1 Curriculum Vitae resumido de cada membro da equipe

##### Curriculum Vitae da Equipe

- CÁSSIA DOMINGUES DO ROSÁRIO, sexo feminino, Brasileira, idade 21 anos, estado civil casada.
- E-mail: cassiarosarioufpr@gmail.com.
- Escolaridade: Cursando 8º período no curso superior em Bacharel em Gestão e Empreendedorismo na Universidade Federal do paraná – Setor Litoral – Noturno.
- Cursos: ESTEP Informática – Escola Técnica de Ensino Profissionalizante. Conteúdo: Windows Vista e Seven; Word 2003/2007/2010; Excel 2003/2007/2010/Av.; PowerPoint 2007/2010; Access 2007/2010; Corel Draw

X3/X6; *PhotoShop* CS3/CS6; *DreamWeaver* CS3; Flash CS3/CS6; Currículos; Internet; Twitter; Datilografia; curso com carga horária de 240 horas/aula.

- Qualificações: Responsabilidade, concentração, dedicação, adaptabilidade e prontidão para aprendizagem.
  
- JEAN REGINALDO COUTO DE MELLO, sexo masculino, Brasileiro, idade 21 anos, estado civil solteiro.
- E-mail: jeanmello1997@gmail.com.
- Escolaridade: Cursando 8º período no curso superior em Bacharel em Gestão e Empreendedorismo na Universidade Federal do paraná – Setor Litoral – Noturno.
- Cursos: Treinamento de Logística Portuária – Centro Brasileiro de Cursos (CEBRAC); Inglês – *MyEnglishOnline* - Nível 2.
- Experiência Profissional: Estágio profissional – Prefeitura Municipal de Paranaguá (Secretaria da Fazenda) - 01 de abril de 2016 a 31 de janeiro de 2018; Atendimento ao público em geral, emissão de guias diversas, comunicação via e-mail, atendimento ao telefone, abertura/tramitação/arquivamento de processos, entre outras atividades desenvolvidas no setor.  
Auxiliar administrativo – *Showphanas* Paranaguá - 23 de fevereiro de 2018 até o presente momento; rotinas administrativas, atendimento ao público, relacionamento com fornecedores, comunicação via e-mail, atendimento ao telefone, entre outras atividades desenvolvidas.
- Qualificações: Boa comunicação. Facilidade em aprender. Determinado. Persistente. Trabalho sob pressão. Dedicado. Honesto. Trabalho em equipe.
  
- ROBSON FERNANDES DA CRUZ, sexo masculino, Brasileiro, idade 29 anos, estado civil casado.
- E-mail: fcruz.robson@gmail.com
- Escolaridade: Cursando 8º período no curso superior em Bacharel em Gestão e Empreendedorismo na Universidade Federal do paraná – Setor Litoral – Noturno.
- Cursos: SENAC Informática Básica; SENAC – Siscomex – importação e exportação.

- Experiência Profissional: Office Boy - Empresa Centro Sul - Maio de 2006 a novembro de 2009; Balanceiro - Empresa Centro Sul - Novembro de 2009 a junho de 2015; Soldado Bombeiro Militar - Estado do Paraná, junho de 2015 até o momento.
- Qualificações: Conhecimentos de primeiros socorros e combate a incêndio.

#### 4.5.2 Perfil da equipe (caráter multidisciplinar, complementaridade, experiência)

O Estúdio *Urban Dance* é constituído por uma equipe de 03 (três) integrantes. Estes possuem diversas habilidades de conhecimento, as quais contribuem para a formação e início da empresa.

O integrante Jean já teve experiência com aberturas de processos, rotinas administrativas e relacionamento com fornecedores. Robson tem conhecimento de primeiros socorros e combate à incêndios, o que facilitará a verificar as adequações do espaço. Cássia juntamente com Jean participaram do projeto de extensão Processos Territoriais e Aplicações de Práticas Agroecológicas na Produção de Mandioca no Litoral do Paraná na UFPR - Setor Litoral. Referidos sócios possuem também o conhecimento em informática, conhecimentos estes que poderão contribuir na elaboração das planilhas e controles do negócio. Têm conhecimento na área de gestão e empreendedorismo e outros conhecimentos adquiridos ao longo da formação acadêmica e profissional.

Dessa forma, todos contribuem em uma parcela para a criação, desenvolvimento e gestão do Estúdio de dança *Urban Dance*, além, é claro, de contar com a seleção de profissionais habilitados para ministrarem as aulas de danças urbanas previstas no escopo do negócio.

#### 4.5.3 Participação social da equipe no capital da empresa

O Estúdio *Urban Dance* tem como seus criadores Cássia Domingues do Rosário, Jean Reginaldo Couto de Mello e Robson Fernandes da Cruz. O capital inicial da empresa será dividido em três partes iguais, em que cada sócio terá uma terá uma porcentagem igual, tanto como participação no capital, quanto na responsabilização do negócio empreendido

#### 4.5.4 Projeção da necessidade de quadros técnicos e processo de captação de talentos

No Estúdio *Urban Dance* a distribuição de cargos ocorrerá da seguinte forma:

- a) a integrante Cássia Domingues ficará responsável pela administração na recepção do Estúdio, em que realizará o atendimento, o agendamento de aulas, bem como outros processos relativos a administração;
- b) o integrante Jean Mello, bem como o integrante Robson Cruz serão os responsáveis pela divulgação e criação de eventos do empreendimento;
- c) todos os integrantes serão responsáveis pela parte burocrática da empresa, e limpeza do local.

Nesse sentido, os profissionais, com habilidades e/ou qualificação para atuarem como professores/instrutores no Estúdio serão contratados para ministrar a prática de aulas de danças urbanas.

#### 4.5.5 Sistema de avaliação de desempenho

No Estúdio *Urban Dance* todos terão possibilidade de se expressar e colaborar na tomada de decisões. Desse modo o modelo de avaliação de desempenho que ocorrerá sempre que necessário será o tipo "Avaliação por Competência", na qual visa avaliar atitudes, conhecimentos e habilidades dos profissionais em relação a determinada tarefa ou função. Essa avaliação ocorrerá por meio de uma reunião, onde cada um poderá discutir e analisar o seu desempenho.

### 4.6 ANÁLISE SETORIAL

#### 4.6.1 Macroambiente

Os aspectos considerados como macroambiente são: econômicos, sociais, culturais, político e legais, demográficos, naturais. Tais aspectos podem influenciar direto e indiretamente no empreendimento. Considerando estes elementos externos considera-se um fator chave para a implementação do negócio o valor inicial das aulas de dança, já que na pesquisa realizada apontou como um dado relevante diante das demais concorrentes no segmento.

Apesar de ser apenas um aspecto econômico, que abrange também os dados apresentados pelo IPARDES e IBGE, acerca do município de Paranaguá-Pr., este por sua vez converge para os aspectos culturais da região que é o tipo de dança, ou seja, “danças urbanas”, em que é uma característica da região, atrelando assim, gosto pelo tipo de negócio e acessibilidade econômica.

Quanto aos aspectos sociais e políticos, a região conta com alguns tipos de ações sociais a partir do atendimento da assistência social, que por sua vez poderá ser de interesse na divulgação para aqueles que possam investir neste valor para tirar o jovem da vulnerabilidade social.

Entretanto, para a criação do plano de negócio, diversos fatores foram analisados para que o gerenciamento da organização seja eficiente. Considerou-se alguns riscos para que estes possam ser evitados, no sentido de que não prejudiquem a implementação inicial do negócio.

#### 4.6.1.1 Identificação das variáveis macroambientais que afetam o negócio

Na análise das variáveis macroambientais, as quais possam afetar o Estúdio de dança *Urban Dance*, algumas considerações sobre os aspectos econômicos foram pautadas, bem como os fatores demográficos, e os aspectos legais que possam interferir na criação do negócio, sejam estes positivos ou negativos para o empreendimento. Os fatores culturais foram considerados para que o público almejado tenha uma identificação com o serviço ofertado pelo empreendimento.

Nesse sentido, algumas observadas foram realizadas, como as variações referentes ao mercado, a partir do PIB, emprego e renda, taxas de pessoas ocupadas e desocupadas, preços, juros e câmbio, bem como variações e projeções demográficas, em que se observou a distribuição da população no município em questão. Esta observação pautou-se na evolução e declínio numérico da população ao longo do tempo, dados estes que podem contribuir na tomada de decisão pelos sócios do empreendimento bem como suscitar outros investimentos para a expansão futura do negócio almejado.

#### 4.6.1.2 Análise do comportamento das variáveis macroambientais

Para a análise do comportamento das variáveis macroambientais foram observadas as variações referentes ao mercado, a partir do PIB, fatores como

emprego e renda, taxas de pessoas ocupadas e desocupadas, preços, juros e câmbio, bem como as variações e projeções demográficas, tiveram seu espaço na análise dos resultados do plano de negócio.

Estes fatores apresentam-se positivos para a criação do estúdio, os quais poderão ser apreciados na análise financeira em que foram considerados três cenários projetados. Os dados foram importantes para o cenário realista e pessimista, pois os aspectos apresentados podem sofrer variações tanto positivas quanto negativas.

#### 4.6.1.2.1 Aspectos Econômicos

As forças econômicas têm um grande significado em relação aos negócios, pois de acordo com Hitt, Ireland e Hoskisson (2011, p. 42), “a qualidade da economia de um país afeta as empresas e as indústrias. Por isso, as companhias estudam o ambiente econômico para identificar mudanças, tendências e suas implicações estratégicas”.

Alguns fatores relevantes, na economia nacional, estão descritos no Quadro 01, os quais que podem ser de suma importância no planejamento e desenvolvimento de uma empresa, são fatores ligados à atividade econômica, emprego e renda e preços, juros e câmbio, estes que por sua vez influenciam no desempenho de determinada empresa.

Na atividade econômica, o PIB real (Produto interno bruto), apresentou, no acumulado do ano de 2017, uma variação em percentual em relação ao ano anterior, tendo como base o ano de 2016, sendo que neste ano o índice que se apresentou foi de -3,46%. Em 2017, o PIB apresentou uma elevação de 0,99 pontos percentuais. Também pode-se observar o PIB nominal com alta no acumulado do ano de 2017, o qual foi de R\$6.259.228 para R\$6.559.940, em que o ano de referência foi o ano de 2016.

A produção industrial, por sua vez, apresentou variação positiva, tendo como referências os mesmos anos, sendo assim partiu de uma variação negativa no ano de 2016 de -6,41 pontos percentuais, em que para o ano de 2017, apresentou uma variação positiva de 2,44 pontos percentuais, em relação ao mesmo período do ano anterior. Para o ano de 2018, no primeiro trimestre a variação de 3,1 pontos percentuais apresentou-se como positiva em relação ao mesmo período no ano anterior.

QUADRO 01 – ATIVIDADE ECONÔMICA

<b>Atividade econômica</b>							
<b>PIB Real</b>							
Variação percentual em relação ao mesmo período do ano anterior							
2016	2017	2016 Trimestre 3	2016 Trimestre 4	2017 Trimestre 1	2017 Trimestre 2	2017 Trimestre 3	2017 Trimestre 4
-3,46	0,99	-2,68	-2,49	-0,01	0,42	1,41	2,12
<b>PIB nominal</b>							
Em milhões de reais							
2016	2017	2016 Trimestre 3	2016 Trimestre 4	2017 Trimestre 1	2017 Trimestre 2	2017 Trimestre 3	2017 Trimestre 4
6.259.228	6.559.940	1.574.470	1.631.406	1.585.039	1.630.940	1.641.368	1.702.593
<b>Produção industrial</b>							
Variação percentual em relação ao mesmo período do ano anterior							
2016	2017	2017 Trimestre 3	2017 Trimestre 4	2018 Trimestre 1	2018.01	2018.02	2018.03
-6,41	2,44	3,15	4,88	3,1	5,78	2,38	1,29

FONTE: IPEA (2018).

## a) Emprego e renda

Em 2017 houve uma diminuição do número de pessoas ocupadas em milhares, conforme descrito no Quadro 02, este mostra que na média anual de 90.539 em 2016 foi para 90.495 em 2017. Já o acumulado do primeiro trimestre de 2018 apresentou a retomada de crescimento nesse número, em que foi de 91.125 em milhares, número de pessoas ocupadas.

A taxa de desocupação em percentagem da população na força de trabalho, que em 2016 era de 11,3%, foi em 2017 a 13,2%, e no primeiro trimestre do ano de 2018 caiu para 12,6% dessa população. Outro fator que chama a atenção é o rendimento real médio do trabalho principal, efetivamente recebido por mês, que no ano de 2016 era de R\$2,089 e subiu para R\$2.168 em 2017. No primeiro trimestre, do ano de 2018, chegou a R\$2.363, o que se pode observar é o crescimento na média anual no número de pessoas ocupadas no primeiro trimestre de 2018.

Já a taxa de desocupação em percentagem da população na força de trabalho, quando levado em consideração o ano de 2017 e o primeiro trimestre de 2018. Também mostrou queda nesse índice, o que indica uma maior porcentagem de

pessoas trabalhando, somado a isso, pode se observar é o aumento do rendimento real médio do trabalho principal, efetivamente recebido por mês, chegando a R\$2.363 no primeiro trimestre do ano de 2018, assim pode-se apresentar dados de crescimento, os quais podem ser de grande valia ao planejamento do Estúdio de dança *Urban Dance*.

QUADRO 02 – EMPREGO E RENDA

<b>Emprego e renda</b>							
<b>Pessoas ocupadas</b>							
Em milhares							
2016	2017	2017 Trimestre 3	2017 Trimestre 4	2018 Trimestre 1	2018. 01	2018. 02	2018. 03
90.539	90.495	91.012	91.867	91.125	91.702	91.091	90.581
<b>Taxa de desocupação</b>							
Em percentagem da população na força de trabalho							
2016	2017	2017 Trimestre 3	2017 Trimestre 4	2018 Trimestre 1	2018. 01	2018. 02	2018. 03
11,3	13,2	12,6	12	12,6	12,2	12,6	13,1
<b>Rend. real méd. princip. efet.</b>							
Em reais							
2016	2017	2017 Trimestre 3	2017 Trimestre 4	2018 Trimestre 1	2018. 01	2018. 02	2018. 03
2.089	2.168	2.102	2.127	2.363	2.377	2.397	2.315

FONTE: IPEA (2018).

#### b) Preços, Juros e Câmbio

O Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), de acordo com a taxa de inflação anual, conforme Quadro 03, fechou o ano de 2016 em 7,18 pontos percentuais e o ano de 2017 com diminuição de -0,42 pontos percentuais, com referência ao ano anterior. Já o primeiro trimestre de 2018 apresentou uma elevação de 5,29 pontos percentuais, com referência ao mesmo período do ano anterior, a taxa de juros Overnight / Selic, que é a média dos juros que o governo paga aos bancos que lhe emprestam dinheiro, fechou 2016 em 14,02 pontos percentuais. No ano de 2017 fechou em 9,94 e o primeiro trimestre de 2018 essa taxa chegou a 6,52.

Outro fator importante, para o mercado, é a taxa de câmbio, esta que por sua vez tem influência direta nas importações e exportações, o que se pode observar é uma queda do ano de 2016 para 2017 e, no primeiro trimestre de 2018, uma alta se levado em consideração a média anual de 2017, fechando o trimestre com o dólar no valor de R\$ 3,24.

QUADRO 03 – PREÇOS, JUROS E CÂMBIO

<b>Preços, Juros e Câmbio</b>							
<b>Índice Geral de Preços (IGP-DI)</b>							
Taxa de inflação anualizada							
2016	2017	2017 Trimestre 3	2017 Trimestre 4	2018 Trimestre 1	2018. 02	2018. 03	2018. 04
7,18	-0,42	2,26	6,76	5,29	1,86	6,96	11,69
<b>Taxa de juros - Over/Selic</b>							
Taxa anualizada							
2016	2017	2017 Trimestre 3	2017 Trimestre 4	2018 Trimestre 1	2018.02	2018.03	2018.04
14,02	9,94	9,33	7,23	6,52	5,73	6,58	6,4
<b>Taxa de câmbio nominal</b>							
Em reais por dólares (média do período)							
2016	2017	2017 Trimestre 3	2017 Trimestre 4	2018 Trimestre 1	2018.02	2018.03	2018.04
3,49	3,19	3,16	3,25	3,24	3,24	3,28	3,41

FONTE: IPEA (2018).

#### 4.6.1.2.2 Aspectos Demográficos

##### a) População Brasil

O Brasil, conforme dados do IBGE, censo 2010, conta com 190.755.799 habitantes e 67.569.688 residências, tudo isso distribuídos em uma área territorial de 8.515.759,090 km<sup>2</sup>, observa-se um crescimento populacional vertiginoso, como se percebe o país possuía 146.917.459 habitantes no ano de 1991, passando a 169.590.693 em 2000 e, chegando no ano de 2010 a 190.755.799 e a estimativa da população para o ano de 2018 já se aproxima dos 209 milhões de habitantes.

Um dado relevante no que se refere ao aumento populacional geral, o qual pode impactar em alguns estados como segue nos dados apresentados no Paraná, estado em que se encontra o município da criação do estúdio.

#### b) População Paraná

No Paraná, conforme Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (2018), a população foi do número de 8.448.713 no ano de 1991 para 9.563.458 em 2000 chegando a 10.444.526 habitantes no ano de 2010, população essa que se divide em um número de 5.130.994 homens, os quais representam 49,13% do total, e, em 5.313.532, o que por sua vez representa 50,87% da população, também é possível perceber que 85,33% da população do Paraná vivia na área urbana e apenas 14,67% na área rural.

Conforme Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (2018), a que se destacar a diminuição da população, a qual apresenta-se com menos de 15 anos em 2010, quando comparado aos anos de 1991 e de 2000, no qual chegou a marca de 3.047.986 indivíduos.

Somando 31,87% do total da população, no ano de 2010, esse número chegou a 2.411.840, o que representava 23,09% do total da população, as populações que apresentaram crescimento no Paraná foram as de 15 a 64 anos, as quais passaram de 5.266.316 ou 62,33% da população, no ano de 1991, para 7.246.078 ou 69,38% do total em 2010.

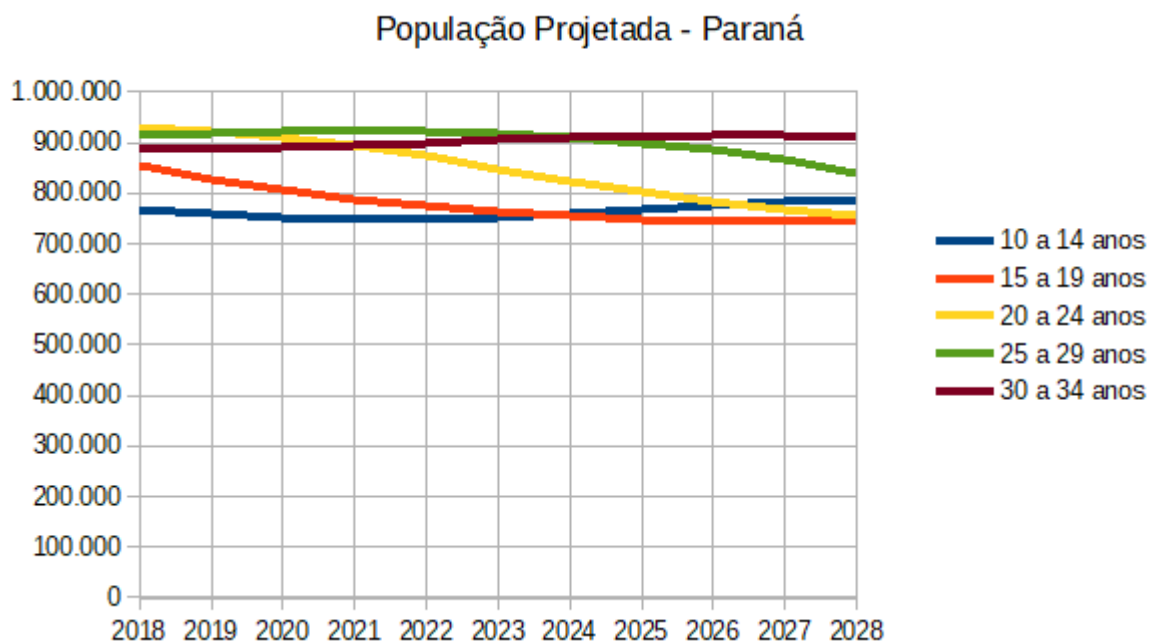
A população com 65 ou mais também teve seu crescimento, de 368.188 ou 4,36%, no ano de 1991 para 786.608 ou 7,53%, no ano de 2010.

Quando levado em consideração as faixas etárias alvo do empreendimento, a população projetada para o estado do Paraná, conforme Gráfico 01, entre os anos de 2018 e o de 2028, a variação desse público, com projeção para 2028, se levado em consideração os dois extremos, pode-se ver que apenas as faixas etárias entre 10 e 14 anos e 30 e 34 anos, sofrerão variação positiva, sendo que a primeira de um total de 766.090 irá para 787.572 indivíduos.

A segunda vai do número populacional de 886.184 para 909.914, sendo que todas as demais sofrem variações negativas, em que, do número de 854.621 em 2018 poderá ir para 747.155 em 2028. Com relação aos indivíduos entre 15 e 19 anos, estes poderão ir de 928.739, em 2018, para 757.467, em 2028.

O público entre os 20 e 24 anos como também a população entre 25 e 29 anos, apresentam decréscimo, os quais sem de um quantitativo de 915.101, em 2018, para um quantitativo de 839.320, em 2028.

GRÁFICO 01 – POPULAÇÃO PROJETADA - PARANÁ



FONTE: Os Autores, adaptado do IPARDES (2018).

### c) População Paranaguá

No município de Paranaguá, conforme Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (2018), o que foi observado quando o assunto é população foi um elevado crescimento da população, de 102.098 habitantes, em 1991, para 127.339, e, chegando em 2010 com um número de 140.469 habitantes, em uma área de 549,58 Km<sup>2</sup>, obtendo assim uma densidade demográfica de 255,56 habitantes por Km<sup>2</sup>. Esta população, residente em 2010, era composta pela parte masculina, o que representa 49,34%, o que, por sua vez, se refere ao número de 69.306 indivíduos.

A população feminina, sendo maioria com 50,66%, representa 71.163 habitantes, em que é possível perceber a divisão dessa população em urbana, a qual representa grande maioria, com 96,38%, sendo 135.386 habitantes. Quanto a população rural, esta conta com apenas 3,62% representando 5.083 indivíduos.

Em Paranaguá, conforme Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (2018), se repete o quadro estadual quando se trata da diminuição da população, com menos de 15 anos em 2010, quando comparada aos dados dos anos de 1991, em que essa população representava 34,53% ou 35.252 indivíduos.

No ano 2000, quando essa porcentagem estava diminuída, esta foi para 31,44% ou 40.030 pessoas, a qual chegou no ano de 2010 mais uma vez com a diminuição desse índice, sendo que atingiu um percentual de 26,55% da população do município, o que representava 37.300 habitantes.

As populações que apresentaram crescimento no município foram as de 15 a 64 anos passando de 62.724 ou 61,44% da população no ano de 1991 para 94.892 ou 67,55%, da totalidade em 2010.

A população com 65 anos ou mais também apresentou crescimento, a qual partiu de 4.122 ou 4,04%, no ano de 1991 para 8.277 ou 5,89% no ano de 2010. Quando levado em consideração a população total estimada para o ano de 2017, conforme dados do IPARDES (2018), para o município de Paranaguá, percebe-se que houve o aumento da população para 152.975 habitantes. Dados como esses influenciam de forma direta na tomada de decisões para a abertura e manutenção do Estúdio de Dança *Urban Dance*, devido ao panorama que eles podem apresentar ao empreendedor, contribuindo assim, na tomada de decisões.

#### d) População Projetada Paranaguá

Junto aos dados da população censitária e estimada, outro dado que pode colaborar no entendimento do cenário populacional que se apresentará ao Studio de Dança, durante os anos vindouros, conforme Gráfico 02, são os dados da população projetada. Neste caso levou-se em consideração o período de 1 (uma) década, o qual remete-se ao de 2018 até o de 2028.

Pode se observar a variação da população alvo do empreendimento durante os anos futuros, em que se percebe que, entre as idades que vão dos 15 a 19 anos e 20 a 24 anos, houve uma queda significativa da população, a qual contempla um total de 12.967, no ano de 2018, e estima-se um total de 10.818 indivíduos, no ano de 2028.

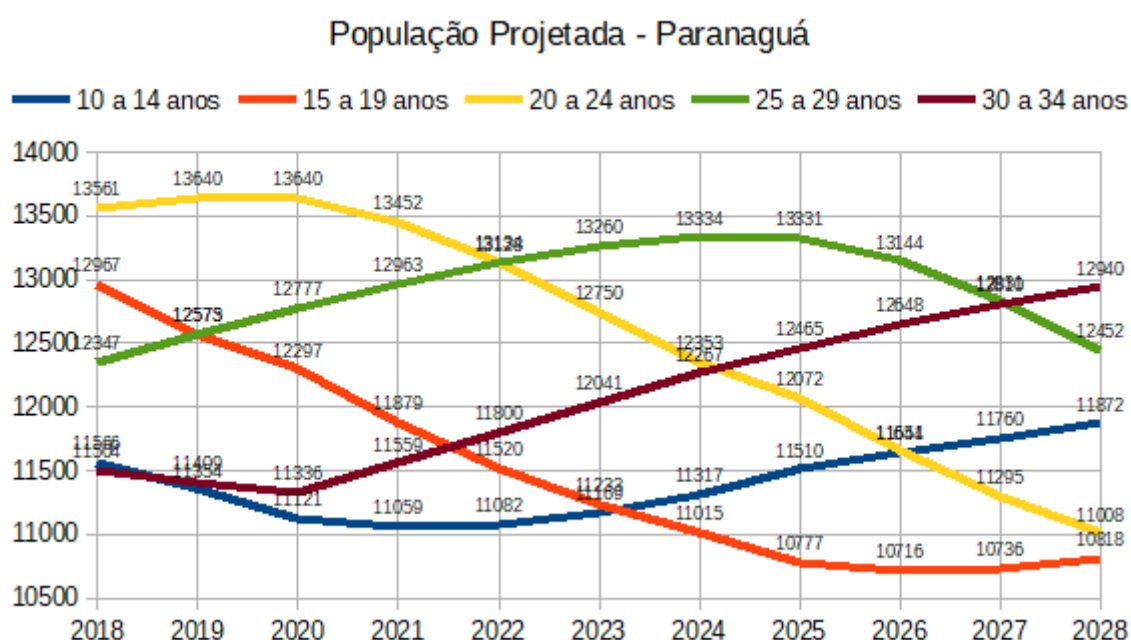
Como mostra o Gráfico 02, o crescimento, nos primeiros anos, seguido de queda acentuada dessa população, a qual saiu de 13.561 pessoas, em 2018, para 13.640 em 2020, posteriormente caindo até o ano de 2028, chegando a marca de 11.008 indivíduos.

Entre as demais faixas etárias é possível perceber o crescimento, ainda que pequeno, quando levado em consideração os anos de 2018 e 2028. Nas idades de 10 a 14 anos essa variação foi 11.566, em 2018, caindo para 11.059, em 2020.

Posteriormente há um crescimento até 2028, ano que projetou uma marca de 11.872 pessoas, entre a população de 25 a 29 anos. Tal variação partiu de 12.347 pessoas em 2018, em que obterá um crescimento até o ano de 2024, que poderá chegar a marca de 13.334 pessoas. O que se apresenta posteriormente é uma queda permanente até o ano de 2028, e que será possível chegar a marca de 12.452 indivíduos.

Por outro lado, entre 30 e 34 anos, há um maior crescimento populacional, em que apresentou uma queda de 2018 a 2020, em que alcançará uma marca de 11.336 pessoas, entrando nos anos que se seguem, com crescimento, chegando a 12.940 pessoas em 2028.

GRÁFICO 02 – POPULAÇÃO PROJETADA - PARANAGUÁ



FONTE: Os Autores, adaptado do IPARDES (2018).

#### e) Renda, pobreza e desigualdade Paraná

Dados importantes, conforme Quadro 04, apresentam o aumento da renda per capita no estado, os quais saem de R\$ 439,09, em 1991, para R\$ 890,89. No ano de 2010 se pode perceber a diminuição no número de pessoas pobres, ou em extrema pobreza.

Em queda, a porcentagem de pobres, que era de 32,57%, e, a porcentagem, de extremamente pobres, para 12,57%, no ano de 1991 para o número, em 2010, de porcentagem de pobres para 6,46%, e, a porcentagem de extremamente pobres para 1,96%, isso também refletiu no índice Gini, que de acordo com o Atlas do

Desenvolvimento Humano no Brasil (2018), nada mais é que uma ferramenta utilizada para mensurar o grau em que a renda é concentrada.

Referido instrumento possibilitou mensurar a diferença entre o rendimento dos mais pobres e dos mais ricos. A numeração varia de 0 a 1, sendo que o 0 representa um quadro de total igualdade, e, o 1 de total desigualdade de rendimentos. Esse índice obteve uma diferenciação na distribuição da renda, o que aproxima mais do índice de igualdade, porém ainda é perceptível que a maioria da renda se encontra na mão de uma minoria, conforme mostra o índice Gini, em que foi de 0,60, em 1991 e 2000, para 0,53, no ano de 2010.

QUADRO 04 – RENDA, POBREZA E DESIGUALDADE - PARANÁ

<b>Renda, Pobreza e Desigualdade – Paraná</b>			
<b>Ano</b>	<b>1991</b>	<b>2000</b>	<b>2010</b>
<b>Renda per capita</b>	439,09	638,27	890,89
<b>% de extremamente pobres</b>	12,57	6,08	1,96
<b>% de pobres</b>	32,57	18,90	6,46
<b>Índice de GINI</b>	0,60	0,60	0,53

FONTE: Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (2018).

#### f) Renda, pobreza, desigualdade Paranaguá

Paranaguá, conforme Quadro 05, apresenta crescimento na renda *per capita*, com valor inicial de R\$ 448,69, no ano de 1991, para o valor de R\$ 765,85, no ano de 2010. Percebe-se também a diminuição na porcentagem de indivíduos, extremamente pobres, com queda de 5,08%, em 1991, para 3,59%, em 2000, e, chegando a 2,13% da população.

Outro índice, que veio diminuindo, foi a porcentagem de pessoas pobres, com queda de 20,39%, em 1991, para 15,93%, em 2000, e em queda de porcentagem de 8,10%, no ano de 2010.

Quanto ao índice Gini, o que se percebe é que ele se manteve em 0,52, quando levado em consideração os anos de 1991 e 2010, em que obteve uma variação no ano de 2000 para 0,55, o que representava um aumento na desigualdade de renda.

QUADRO 05 – RENDA, POBREZA E DESIGUALDADE - PARANAGUÁ

<b>Renda, Pobreza e Desigualdade – Paranaguá</b>			
<b>Ano</b>	<b>1991</b>	<b>2000</b>	<b>2010</b>
<b>Renda per capita</b>	448,69	604,48	765,85
<b>% de extremamente pobres</b>	5,08	3,59	2,13
<b>% de pobres</b>	20,39	15,93	8,10
<b>Índice de GINI</b>	0,52	0,55	0,52

FONTE: Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (2018).

#### g) População economicamente ativa (PEA) Paraná

Conforme Quadro 06, no que se refere a população economicamente ativa em seu total, pode-se observar, no Paraná, uma determinada elevação no índice de Ocupação da população, de 18 anos ou mais, de 68,45%, em 2000, para 70,89% ou em números de pessoas economicamente ativas (10 anos e mais) se observa que esse número foi de 3.612.631 no ano de 1991 para 5.587.529.178 indivíduos no ano de 2010.

Dado a este fato, a taxa de desocupação caiu, de uma taxa de 11,12%, no ano de 2000, para 4,52%. Quanto ao rendimento médio se observa a diminuição em 2010 em todos os índices, a porcentagem dos ocupados com rendimento de até 1 (um) salário mínimo de indivíduos, com 18 anos ou mais, e 41,22%, em 2000, para 17,21%, dessa população em 2010, com rendimento de até 2 (dois) salários mínimos esse número foi de 72,07%, em 2000, para 65,68%, em 2010 e com rendimento de até 5 (cinco) salários mínimos esse número caiu de 90,17% em 2000 para 89,98% no ano de 2010.

QUADRO 06 - PESSOAS ECONOMICAMENTE ATIVAS, OCUPAÇÃO DA POPULAÇÃO DE 18 ANOS OU MAIS E RENDIMENTO MÉDIO - PARANÁ

<b>Estado – Paraná</b>			
<b>Pessoas Economicamente ativas (PEA)</b>	<b>1991</b>	<b>2000</b>	<b>2010</b>
PEA (10 anos e mais) – Total	3.612.631	4.651.849	5.587.968
PEA (10 anos e mais) – 18 anos ou mais	3.216.218	4.275.226	5.295.524
<b>Ocupação da população de 18 anos ou mais</b>			
Taxa de atividade – 18 anos ou mais		68,45	70,89
Taxa de desocupação – 18 anos ou mai		11,12	4,52
<b>Rendimento médio</b>			
% dos ocupados com rendimento de até 1 s. m. – 18 anos ou mais		41,22	17,21
% dos ocupados com rendimento de até 2 s. m. – 18 anos ou mais		72,07	65,68
% dos ocupados com rendimento de até 5 s. m. – 18 anos ou mais		90,17	89,98

FONTE: IPARDES (2018), Atlas Brasil do Desenvolvimento (2018), Elaboração os autores (2018).

#### h) População economicamente ativa (PEA) Paranaguá

Em Paranaguá, conforme Quadro 07, a taxa de atividade de ocupação da população de 18 anos ou mais cresceu de 62,45% em 2000 para 67,82% no ano de 2010, já a taxa de desocupação caiu de 12,92 em 2000 para 8,48 em 2010, observa-se também a taxa da população economicamente ativa com um total de 40.475, em 1991, para 66.849 em 2010.

Quando observado o rendimento médio do município se percebe que apenas a porcentagem dos ocupados com rendimento de até (cinco) salários mínimos obteve crescimento ainda que baixo, levando em consideração os anos de 2000 e 2010, de 89,31% para 90,39%, já a porcentagem com rendimento até 1 (um) salário mínimo foi de 31,66% para 15,03% outra porcentagem que obteve queda foi a de ocupados com rendimentos até 2 (dois) salários mínimos caindo de 65,58% em 2000 para 62,84% no ano de 2010.

QUADRO 07 - PESSOAS ECONOMICAMENTE ATIVAS, OCUPAÇÃO DA POPULAÇÃO DE 18 ANOS OU MAIS E RENDIMENTO MÉDIO - PARANAGUÁ

<b>Município - Paranaguá</b>			
<b>Pessoas Economicamente ativas (PEA)</b>	<b>1991</b>	<b>2000</b>	<b>2010</b>
PEA (10 anos e mais) – Total	40.475	52.762	66.849
PEA (10 anos e mais) – 18 anos ou mais	37.689	49.756	64.348
<b>Ocupação da população de 18 anos ou mais</b>			
Taxa de atividade – 18 anos ou mais		62,45	67,82
Taxa de desocupação – 18 anos ou mai		12,92	8,48
<b>Rendimento médio</b>			
% dos ocupados com rendimento de até 1 s. m. – 18 anos ou mais		31,66	15,03
% dos ocupados com rendimento de até 2 s. m. – 18 anos ou mais		65,58	62,84
% dos ocupados com rendimento de até 5 s. m. – 18 anos ou mais		89,31	90,39

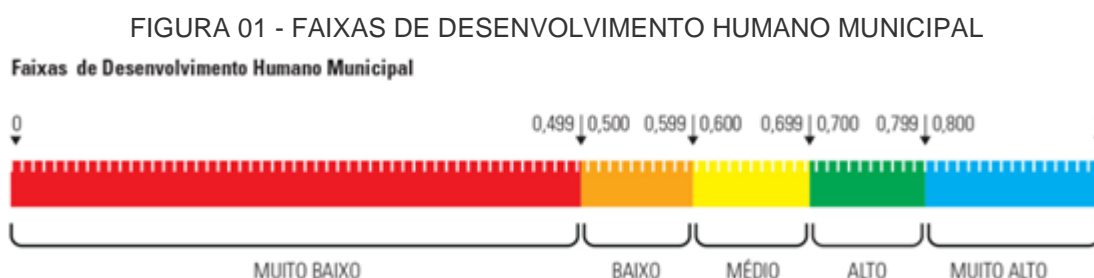
FONTE: IPARDES (2018), Atlas Brasil do Desenvolvimento (2018), Elaboração os autores (2018).

#### 4.6.1.2.3 Aspectos Sociais

O aspecto social refere-se ao formato de uma determinada sociedade ou grupo social, ou seja, como este se apresenta externamente, designando o âmbito, situação ou características de uma comunidade, pois ao analisar algo, se tem a opção de abordá-lo a partir de diferentes ângulos, e enxergá-lo sob diferentes direcionamentos.

##### a) Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM).

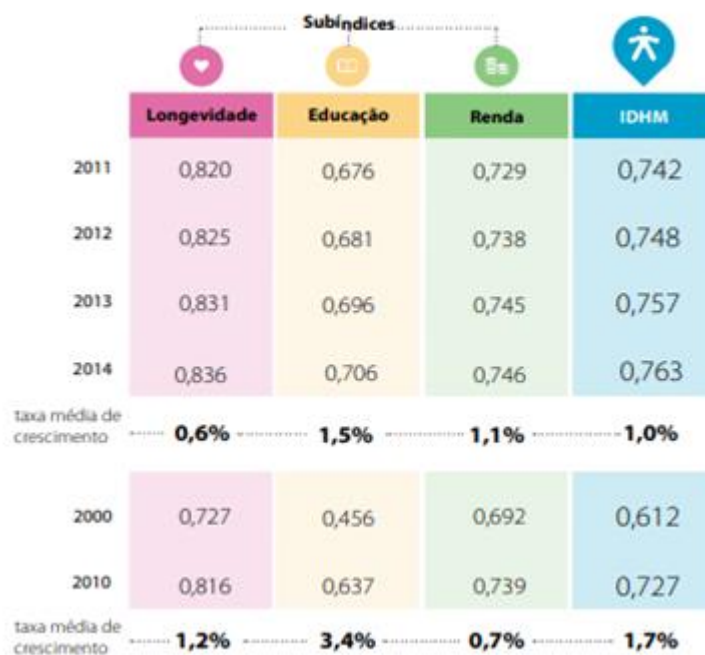
Conforme dados apresentados pelo Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (2018), o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) este que é calculado levando em consideração o desenvolvimento de fatores como educação, longevidade e renda, índice esse que varia entre 0 e 1, sendo quanto mais próximo ao 0 pior é nível de desenvolvimento humano e quanto mais próximo ao 1, maior é esse nível, conforme Figura 01 do 0 ao 0,499 como IDHM muito baixo de 0,500 a 0,599 baixo, de 0,600 a 0,699 médio, de 0,700 a 0,799 alto e de 0,800 a 1 como nível de IDHM muito alto.



FONTE: Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (2018).

O Brasil apresentou entre os anos de 2000 e 2010, conforme Figura 02, uma taxa média de crescimento de 1,7% saltando de 0,612 para 0,727, já entre os anos de 2011 e 2014 essa taxa média de crescimento sofreu uma queda, ficando em apenas 1,0%, assim de 0,742, no ano de 2011, para 0,763, em 2014.

FIGURA 02 - TAXA MÉDIA DE CRESCIMENTO ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO MUNICIPAL



FONTE: Atlas do Desenvolvimento humano no Brasil (2018).

No Paraná, conforme Quadro 08, se percebe um grande crescimento de seu IDHM, o estado passou da sexta (6<sup>o</sup>) posição na classificação nacional nos anos de 1991 e 2000 para a quinta (5<sup>o</sup>) posição em 2010, saindo de um índice de 0,507 no ano de 1991 passando para 0,650 em 2000 e chegando a 0,749 em 2010.

Junto ao estado o município de Paranaguá obteve também sua taxa de crescimento passando de índices de 0,512 no ano de 1991 o que lhe deixou na classificação nacional na 625<sup>o</sup>, passando em 2000 ao índice de 0,645 obtendo uma queda na sua classificação nacional para a posição de número 702<sup>o</sup>.

Já no ano de 2010 a cidade ficou na posição 551<sup>o</sup> na classificação nacional, conquistando assim um índice de desenvolvimento municipal de 0,750 obtendo assim a classificação alta no índice de IDHM, isso mostra aumento nas condições de educação, longevidade e renda, podendo assim dados como esse apresentar oportunidades para o Estúdio de Dança *Urban Dance*, uma vez que a renda aumenta no município há mais dinheiro circulando o que pode apresentar uma oportunidade ao empreendimento.

QUADRO 08 – ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO MUNICIPAL  
- PARANÁ, PARANAGUÁ

Localidade	Variável	1991	2000	2010
Paraná	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM)	0,507	0,650	0,749
	IDHM - Classificação Nacional	6	6	5
Paranaguá	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM)	0,512	0,645	0,750
	IDHM - Classificação Nacional	625	702	551

FONTE: IPARDES (2018)

No Paraná, conforme Quadro 09, no ano 2000 a Taxa de Pobreza era de 18,9%, já em 2010 essa taxa caiu para 6,46% demonstrando uma grande queda no nível de pobreza do estado.

QUADRO 09 - TAXA DE POBREZA - PARANÁ

Localidade	Variável	2000	2007	2010
Estado do Paraná	Taxa de Pobreza (%)	18,9	-	6,46

FONTE: IPARDES 2018.

Conforme Quadro 10, esses dados identificam Paranaguá no ano de 1991 com uma Taxa de Pobreza de 20,39%, essa taxa obteve uma queda para o ano de 2000 ficando com uma taxa de 15,93%, já para o ano de 2010 essa taxa continuou caindo chegando a 8,1%, mostrando a saída de uma grande porcentagem da população da pobreza o que por sua vez exemplifica o aumento no índice de IDHM e o aumento da renda no município, sendo assim se observa uma maior parcela da população com disponibilidade de consumo, apresentando se assim como possíveis clientes do Estúdio de Dança.

QUADRO 10 – TAXA DE POBREZA - PARANAGUÁ

Localidade	Variável	1991	2000	2010
Paranaguá	Taxa de Pobreza (%)	20,39	15,93	8,1

FONTE: IPARDES 2018.

#### b) Pobreza, subalimentação e violação de direito - Brasil

Conforme dados do IBGE 2015 (Fundação ABRINQ), o Brasil possuía no ano de 2015 um total de 60.546.697 crianças e adolescentes em idades de 0 a 19 anos, o que para a época representava 29,6% da população total de 204.860.101 habitantes,

essa população de crianças e adolescentes se divide em 49.944.696 ou 82,5% em zona urbana e 10.602.001 ou 17,5% em zona rural.

Conforme IBGE 2015, no Brasil havia aproximadamente 36,4 milhões de pessoas em consideradas como pobres e 18,9 milhões de pessoas extremamente pobres, quanto ao número de pessoas entre 0 e 14 anos em situação domiciliar de baixa renda se pode ver que 17,3 milhões ou 40,2% do total se encontram na faixa de pobres e que 5,8 milhões ou 13,5% estão na classificação como extremamente pobres, se observa também que o número de pessoas ocupadas entre 5 e 17 anos no Brasil conforme Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) IBGE 2015.

Referida pesquisa apresentou o número total de 2.671.893 pessoas, que se separados por idades pode se ver no Brasil que nas faixas etárias de 5 a 9 anos, 78.527 pessoas ocupadas, em idades que vão de 10 a 14 anos se observa um número de 560.416 pessoas ocupadas e em idades que vão de 15 a 17 anos um número de 2.032.950 jovens ocupados.

Quanto à violação de direitos se observa que a respeito do assunto, com referência a crianças e adolescentes notificados pelos disque 100, segundo a secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República – Balanço Geral – Disque 100 em 2015 (Fundação ABRINQ), foram um número de 153.510 denúncias sendo elas divididas em 17.131 de violência sexual, 34.119 de violência física, 36.794 de violência psicológica, 58.567 de negligência e 6.899 são de outras formas.

Conforme dados divulgados pela Organização das nações unidas para a alimentação e a agricultura (FAO, 2018), no relatório Brasil em resumo, o país aparece como a sétima maior economia do mundo, no ano de 2014 o Brasil saiu do Mapa Mundial da Fome, para isso a FAO considerou dois períodos distintos para analisar a subalimentação no mundo que nada mais é do que a medida da “porcentagem de pessoas que não consomem alimentos suficientes para levar uma vida ativa e saudável” (FAO, 2018), são esses períodos de 2002 a 2013, o qual apresentou uma queda de 82% no número de brasileiros em situação de subalimentação e de 1990 a 2014. Esse, que por sua vez, apresentou uma queda percentual de 84,7% entre esses anos no número de pessoas no país em situação de subalimentação, conforme mostra a Figura 03, o Brasil obteve a maior redução relativa de subalimentados dentre os países mais populosos.

Conforme dados divulgados, no “*Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el Caribe 2017*” (“Panorama da Segurança Alimentar e Nutricional na América Latina e no Caribe 2017”), o país manteve seus indicadores

da fome abaixo de 2,5% nos últimos anos anteriores a 2017, esse panorama também mostra a possibilidade da erradicação da fome no Brasil, em seu território, até 2030 caso os investimentos em políticas públicas à população em maior vulnerabilidade sejam continuados.

FIGURA 03 - REDUÇÃO RELATIVA DE SUBALIMENTADOS, ESPECIALMENTE A PARTIR DE 2002

**Dentre os países mais populosos o Brasil teve a maior redução relativa de subalimentados, especialmente a partir de 2002**  
Variação do número de subalimentados no período

	1990 a 2014	1990 a 2002	2002 a 2014
<b>Mundo</b>	-21,4%	-8,0%	-14,5%
<b>América Latina</b>	-48,1%	-8,8%	-43,1%
<b>China</b>	-53,7%	-26,9%	-36,6%
<b>Índia</b>	-7,4%	-11,7%	4,9%
<b>Brasil</b>	-84,9%	-15,6%	-82,1%
<b>Nigéria</b>	-38,0%	-46,2%	15,2%
<b>Pakistão</b>	44,3%	19,9%	20,3%
<b>Indonésia</b>	-46,0%	6,7%	-49,3%

FONTE: Jannuzzi, Pinto, Sardinha (2015).

#### 4.6.1.2.4 Aspectos Culturais

A cultura na sociedade moderna tem um papel de extrema importância para o desenvolvimento de uma sociedade com ética e educação, sendo necessidade básica e necessária para o desenvolvimento humano. É uma das principais características que diferem uma sociedade de uma nação para outra. No Brasil ainda há falta de acesso à cultura, infraestrutura, como também de interesse por parte da população.

Segundo pesquisa realizada no ano de 2013, pelas empresas 3D3 e MC15, onde os dados fazem parte do relatório do “Panorama Setorial da Cultura Brasileira”,

que de acordo com as respostas do público dividiu-se a população brasileira em quatro perfis de consumidores culturais. Caracterizados como não consumidores, que são eles 42% da totalidade, em que se enquadram aqueles que não praticam atividades culturais ou praticam essas atividades muito abaixo da média da população.

O segundo público são os consumidores de cinema, sendo eles 33% da totalidade que declaram ir ao cinema, muito acima da média da população. O terceiro público são os consumidores de festas, em que se enquadram em 15% da população, sendo esses os consumidores de músicas, *shows*, carnaval, trio elétrico, blocos de rua, entres outros, considerando esse consumo acima da média da população.

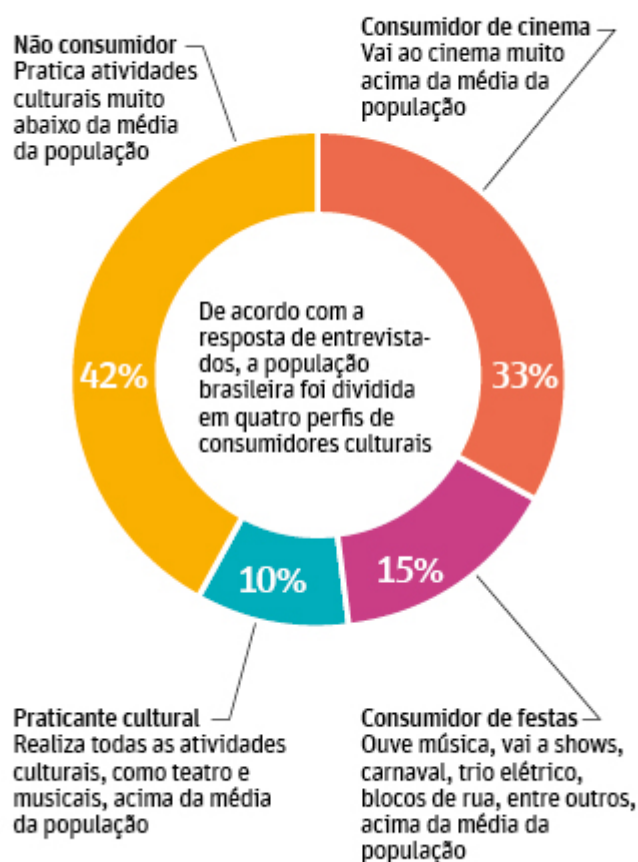
Por último, o público enquadrado como praticantes culturais, que representam 10% da população, sendo eles, aqueles que praticam todas as atividades culturais como ida ao teatro e musicais, tudo isso acima da média da população.

Para o Estúdio de Dança *Urban Dance*, diante do panorama apresentado, pode se ver como possibilidade de público os dois últimos apresentados, sendo eles, os consumidores de festas e os praticantes culturais, sendo possíveis consumidores dos serviços do estúdio de dança, o que pode representar 25% da população, em que apresenta um panorama favorável ao Estúdio de Dança em seu desenvolvimento e manutenção.

FIGURA 04 - HÁBITOS CULTURAIS DO BRASIL

**OS HÁBITOS CULTURAIS DO BRASILEIRO**

Dados da pesquisa 'Panorama Setorial da Cultura Brasileira'



FONTE: FOLHA DE SÃO PAULO (2014).

Tendo em vista isso o Plano de Negócio, para a criação do estúdio de dança, este demonstra ser de fundamental necessidade para entender a dança como um processo criativo, o que por sua vez, pode contribuir para a educação, de forma que favoreça o aluno em seu crescimento físico, mental e emocional. Desta forma, ao utilizar a dança como processo educacional pode-se levar o aluno a desenvolver e aprimorar suas habilidades através de atividades culturais.

## 4.6.1.2.5 Aspectos Políticos e Legais

As forças políticas e legais podem afetar as organizações e fazer com que estas venham a traçar rumos e trajetórias que façam com que as mesmas usem de possíveis benefícios que sejam a eles outorgadas, conforme mostra KOTLER (2003 citado por LINN, 2006, p.40),

O ambiente político-legal tem forte influência nas decisões de *marketing* das empresas. Leis, órgãos governamentais e outros grupos de pressão podem afetar e limitar as organizações e indivíduos na sociedade.

De acordo com Churchill e Peter (2000), as normas e regulamentações podem influenciar diversas características de uma organização, entre eles: embalagem do produto, política de preços, divulgação, vínculos trabalhistas, entre outros. Tais limitações legais necessitam ser vistas não só como uma restrição da empresa, mas ser também uma fonte de oportunidades, já que manter-se dentro das leis não só auxilia a impedir multas e processos, mas promove uma boa relação de confiança com os clientes.

Para a *Urban Dance* algumas das implicações legais encontradas foram as com referência ao enquadramento no Simples Nacional, referente ao Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) devido as faixas etárias trabalhadas e referentes ao processo de abertura como exemplo as normas regulamentadoras do corpo de bombeiros as quais tratam sobre lotação permitida e itens de segurança.

Dadas as classificações do empreendimento, foram levados em consideração dados da Comissão Nacional de Classificação (CONCLA), a qual mostra as escolas de dança enquadradas pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE/IBGE) pelo código 8592-9/01, estando nesta subclasse a qual compreende as instituições que oferecem cursos independentes, ligados ao ensino da dança e também os instrutores independentes de dança, atividades das academias e cursos de danças folclóricas e populares. Considerando esses dados, a academia de dança será enquadrada como uma microempresa (ME), as quais conforme SEBRAE (2018) “a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário, devidamente registrados nos órgãos competentes, que aufera em cada ano calendário, a receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00”.

Como mostra o site da Receita Federal (Simples Nacional, 2018),

O Simples Nacional é um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Abrange a participação de todos os entes federados (União, Estados, Distrito Federal e Municípios). É administrado por um Comitê Gestor composto por oito integrantes: quatro da Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB), dois dos Estados e do Distrito Federal e dois dos Municípios.

Sendo que para o ingresso no Simples Nacional é necessário o cumprimento de uma série de condições que são elas além do enquadramento nas definições de microempresa ou de empresa de pequeno porte, o cumprimento dos requisitos previstos na legislação e formalização pela opção do Simples Nacional como mostra o site da Receita Federal (Simples Nacional, 2018), as principais características desse regime estão exemplificadas no Quadro 11.

QUADRO 11 – CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS DO REGIME DO SIMPLES NACIONAL

<b>Características principais do Regime do Simples Nacional:</b>
Ser facultativo;
Ser irretroatável para todo o ano-calendário;
Abrange os seguintes tributos: IRPJ, CSLL, PIS/Pasep, Cofins, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social destinada à Previdência Social a cargo da pessoa jurídica (CPP);
Recolhimento dos tributos abrangidos mediante documento único de arrecadação - DAS;
Disponibilização às ME/EPP de sistema eletrônico para a realização do cálculo do valor mensal devido, geração do DAS e, a partir de janeiro de 2012, para constituição do crédito tributário;
Apresentação de declaração única e simplificada de informações socioeconômicas e fiscais;
Prazo para recolhimento do DAS até o dia 20 do mês subsequente àquele em que houver sido auferida a receita bruta;
Possibilidade de os Estados adotarem sublimites para EPP em função da respectiva participação no PIB. Os estabelecimentos localizados nesses Estados cuja receita bruta total extrapolar o respectivo sublimite deverão recolher o ICMS e o ISS diretamente ao Estado ou ao Município.

FONTE: Receita Federal (2018).

O Estúdio de dança optará pelo SIMPLES Nacional, Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), este regime de tributação é instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, em seu artigo 3º traz como definição de Microempresa.

Art. 3º Para os efeitos desta Lei Complementar, consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte, a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que:

I - no caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais). (Lei complementar nº 123/2006; art. 3º).

Com este enquadramento, o empreendimento fica sujeito as demais diretrizes referentes a esta lei, como exemplo as fixadas no artigo 13, as quais trazem as tributações de recolhimento mensal para as microempresas as quais são realizadas através de documento único que são elas,

Art. 13. O Simples Nacional implica o recolhimento mensal, mediante documento único de arrecadação, dos seguintes impostos e contribuições:

- I - Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica – IRPJ;
- II - Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI, observado o disposto no inciso XII do § 1º deste artigo;
- III - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL;
- IV - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS, observado o disposto no inciso XII do § 1º deste artigo;
- V - Contribuição para o PIS/Pasep, observado o disposto no inciso XII do § 1º deste artigo;
- VI - Contribuição Patronal Previdenciária - CPP para a Seguridade Social, a cargo da pessoa jurídica, de que trata o art. 22 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991, exceto no caso da microempresa e da empresa de pequeno porte que se dedique às atividades de prestação de serviços referidas no § 5º-C do art. 18 desta Lei Complementar;
- VII - Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação – ICMS;
- VIII - Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISS. (Lei complementar nº 123/2006; art. 13).

Referida Lei regulamenta as atribuições para as microempresas e empresas de pequeno porte optantes pelo simples nacional.

#### a) Estatuto da Criança e do Adolescente

O Estatuto da Criança e do Adolescente dado pela lei número 8069 de 13 de julho de 1990, traz as definições sobre crianças e adolescentes o qual mostra no artigo 2º que considera criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade.

Sendo assim, a *Urban Dance* trabalhará com o público de crianças dos dez aos doze anos de idade incompletos e dos adolescentes dos doze aos dezoito anos de idade e, a partir disso, com pessoas adultas.

Quando observado o capítulo II desta lei a seção I a qual trata sobre a informação, cultura, lazer, esportes, diversões e espetáculos os artigos 74 e 75 mostram que.

Art. 74. O poder público, através do órgão competente, regulará as diversões e espetáculos públicos, informando sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada.

Parágrafo único. Os responsáveis pelas diversões e espetáculos públicos deverão afixar, em lugar visível e de fácil acesso, à entrada do local de exibição, informação destacada sobre a natureza do espetáculo e a faixa etária especificada no certificado de classificação.

Art. 75. Toda criança ou adolescente terá acesso às diversões e espetáculos públicos classificados como adequados à sua faixa etária.

Parágrafo único. As crianças menores de dez anos somente poderão ingressar e permanecer nos locais de apresentação ou exibição quando acompanhadas dos pais ou responsável. (Lei Nº 8.069, 13 de Julho de 1990).

A partir desses regulamentos, a *Urban Dance* irá adequação as aulas de dança para esses públicos, de acordo com as faixas etárias, músicas e coreografias, bem como a realização da inscrição e aulas de dança, em que será solicitado, para a matrícula, de crianças e adolescentes, a devida liberação e autorização dos pais ou responsáveis legais, primando pela observância e respeito a todos os direitos e assegurados pelo Estatuto da Criança e do Adolescente. Como referente, o artigo 3 da Lei Nº 8.069, 13, de Julho de 1990 destaca que,

Art. 3º A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade. (Lei Nº 8.069, 13 de Julho de 1990).

Para tanto, a *Urban Dance* pretende contribuir, em suas aulas de dança, com o desenvolvimento dessas crianças e adolescentes, a partir de seu ensino e aprendizagem da dança, em que terá a possibilidade de trabalhar com a cultural local e com os movimentos e ritmos das danças, as quais possam colaborar com a construção social desses estudantes.

#### b) Classificação junto ao corpo de bombeiros

Referente a classificação do Estúdio de Dança, quanto as obrigações com o Corpo de Bombeiros, é possível enquadrar o estúdio no grupo E, conforme mostra a Figura R, em que fica a Ocupação/Uso educacional e cultura física, e, na divisão E-3 na descrição espaço para cultura física esta que engloba estabelecimentos como locais de ensino e/ou práticas de artes marciais.

FIGURA 05 - CLASSIFICAÇÃO DAS EDIFICAÇÕES E ÁREAS DE RISCO QUANTO À OCUPAÇÃO.

<b>E</b>	Educativa e cultura física	E-1	Escola em geral	Escolas de primeiro, segundo e terceiro graus, cursos supletivos e pré-universitário e assemelhados
		E-2	Escola especial	Escolas de artes e artesanato, de línguas, de cultura geral, de cultura estrangeira, escolas religiosas e assemelhados
		E-3	Espaço para cultura física	Locais de ensino e/ou práticas de artes marciais, natação, ginástica (artística, dança, musculação e outros) esportes coletivos (tênis, futebol e outros que não estejam incluídos em F-3), sauna, casas de fisioterapia e assemelhados. Sem arquibancadas.
		E-4	Centro de treinamento profissional	Escolas profissionais em geral

FONTE: Código De Segurança Contra Incêndio E Pânico – CSCIP (2018).

De acordo com a Figura 06, o estabelecimento, na classificação das edificações quanto à altura, no tipo II obtém a denominação de edificação baixa com altura inferior a 6 (seis) metros de altura.

FIGURA 06 - CLASSIFICAÇÃO DAS EDIFICAÇÕES QUANTO À ALTURA

Tipo	Denominação	Altura
<b>I</b>	Edificação Térrea	Um pavimento
<b>II</b>	Edificação Baixa	$H \leq 6,00 \text{ m}$
<b>III</b>	Edificação de Baixa-Média Altura	$6,00 \text{ m} < H \leq 12,00 \text{ m}$
<b>IV</b>	Edificação de Média Altura	$12,00 \text{ m} < H \leq 23,00 \text{ m}$
<b>V</b>	Edificação Mediamente Alta	$23,00 \text{ m} < H \leq 30,00 \text{ m}$
<b>VI</b>	Edificação Alta	Acima de 30,00 m

FONTE: Código De Segurança Contra Incêndio E Pânico – CSCIP (2018).

A classificação do estúdio de dança, com referência a Figura 08, de cargas de incêndio específicas por ocupação, mostra a divisão E-3 com carga de incêndio referente a 300 MJ/m<sup>2</sup> (*megajoules* por metro quadrado), o deixando conforme a Figura 07, na classificação das edificações e áreas de risco quanto a carga de incêndio com risco leve.

FIGURA 07 - CLASSIFICAÇÃO DAS EDIFICAÇÕES E ÁREAS DE RISCO QUANTO A CARGA DE INCÊNDIO

Risco	Carga de incêndio MJ/m <sup>2</sup>
Leve	até 300MJ/m <sup>2</sup>
Moderado	Acima de 300 até 1.200MJ/m <sup>2</sup>
Elevado	Acima de 1.200MJ/m <sup>2</sup>

FONTE: Código De Segurança Contra Incêndio E Pânico – CSCIP (2018).

FIGURA 08 - TABELAS DE CARGAS DE INCÊNDIO ESPECÍFICAS POR OCUPAÇÃO - CARGA DE INCÊNDIO GRUPO E.

<b>Educacional e cultura física</b>	Academias de ginástica e similares	E-3	300
	Pré-escolas e similares	E-5	300
	Creches e similares	E-5	300
	Escolas em geral	E-1/E-2/E-4/E-6	300

FONTE: Carga de incêndio nas edificações e áreas de risco – NPT 014 (2018).

No caso o estúdio de dança estar classificado como risco leve, devido a sua configuração arquitetônica, sendo ela com apenas 40 m<sup>2</sup> (metros quadrados) de área, e possuir altura inferior a 9 metros de altura, exigidos pela Figura 09, as edificações do grupo E, enquadradas nessa tabela, necessitam de saídas de emergência, sinalização de emergência, iluminação de emergência, extintores de incêndio a brigada de incêndio, as quais se tornam necessárias quando a lotação da edificação é acima de 100 pessoas, caso esse que não é o da *Urban Dance* devido ao tamanho da edificação.

FIGURA 09 - REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA O ESTABELECIMENTO COM AS CARACTERÍSTICAS APRESENTADAS.

**EXIGÊNCIAS PARA EDIFICAÇÕES**

RL - ÁREA MENOR QUE 1.500m<sup>2</sup> E ALTURA IGUAL OU INFERIOR A 9,0m  
RM / RE - ÁREA MENOR QUE 1.000m<sup>2</sup> E ALTURA IGUAL OU INFERIOR A 6,0m

Medidas de Segurança contra Incêndio	A,C, D e G	B	E	F						H			I e J	L
				F-2, F-4 e F-8	F-3 e F-7	F-1 e F-5	F-11	F-6	F-9 e F-10	H-1, H-4 e H-6	H-2, H-3 e H-5	L-1		
Controle de Materiais de Acabamento	-	X	-	X	X	X	X	X	X	-	-	X	-	X
Saídas de Emergência	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Iluminação de Emergência	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-
Sinalização de Emergência	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Extintores	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Brigada de Incêndio	-	-	X <sup>1</sup>	-	X <sup>5</sup>	-	X <sup>5</sup>	X <sup>5</sup>	X <sup>5</sup>	-	-	X <sup>1</sup>	-	-
Detecção de incêndio	-	-	-	-	-	X <sup>2</sup>	X <sup>2</sup>	X <sup>2</sup>	-	-	-	-	-	-
Controle de fumaça	-	-	-	-	-	-	-	X <sup>3,4</sup>	-	-	-	-	-	-
Plano de emergência	-	-	-	-	-	-	-	X <sup>5</sup>	-	-	-	-	-	-

**NOTAS ESPECÍFICAS:**

1 - Exigido para lotação superior a 100 pessoas.

FONTE: Código De Segurança Contra Incêndio E Pânico – CSCIP (2018).

Para o cálculo da capacidade de público foi levado em consideração os dimensionamentos para as saídas de emergência, conforme Figura 10, as edificações do grupo e E3 possuem capacidade de público e 1 (uma) pessoa a cada 1,50 M2 de área da sala de aula, ficando livre para as aulas 30 m2 obtendo assim capacidade para 20 pessoas por aula, mas ficando limitado pelos organizadores em 15 alunos por aula abaixo da capacidade possuída.

FIGURA 10 - DADOS PARA O DIMENSIONAMENTO DAS SAÍDAS DE EMERGÊNCIA

E	Uma pessoa por 1,50 m <sup>2</sup> de área de sala de aula <sup>(F)</sup>		100	75	100
E-1 a E-4					
E-5, E-6			30	22	30

FONTE: Saídas de Emergência – NPT 011 (2018).

## 4.6.2 Análise F. O. F. A.

### 4.6.2.1 Compreensões suplementares

A análise Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças ou FOFA traz pontos de suma importância para o entendimento dos aspectos bons e ruins que podem interferir na empresa. Assim observou-se as forças encontradas sendo elas a boa localização e a boa visibilidade, com isso percebe-se que o estúdio de dança está localizado em um local de grande movimento de automóveis e pedestres, ficando próximo de instituições de movimento considerado, como exemplo, o Hospital Regional, a Biblioteca Pública Mário Roque, o Colégio Estadual Alberto Gomes Veiga, o ginásio de esportes, entre outros.

Entre as oportunidades encontradas estão: aumento da renda no município, o que eleva o poder de compra da população junto a diminuição nas taxas de pobreza, também o aumento da população economicamente ativa, o que por sua mostra o crescimento do número de pessoas empregadas. A elevação do IDHM pode representar a melhoria da qualidade de vida da população, levando assim com que ela busca por atividades de lazer, junto a isso os hábitos culturais da população que entre consumidores de festas e praticantes culturais representam 25% da população conforme Figura 04.

As fraquezas encontradas como resultado da análise foram: a limitação da oferta de gêneros musicais para a prática da dança, o pagamento de aluguel, o qual torna-se um custo fixo e faz com que a empresa esteja sujeita as ordens do consignatário de imóvel. Também a pouca experiência dos sócios nesse mercado, fazendo com que seja necessário a contratação de professores de dança.

Outra fraqueza é o local escolhido para a implantação do negócio, o qual possui poucas vagas de estacionamento, o que pode acarretar alguns transtornos aos clientes. Já as ameaças encontradas foram, a visível redução do público alvo com o decorrer dos anos. Também há no mercado uma série de concorrentes já consolidados, tornando assim as disputas por clientes de maior dificuldade.

Tendo em vista esses aspectos, se pode observar ver o grande número de potencialidades do estúdio de dança *Urban Dance*, o que pode colaborar para a sua inserção no mercado, porém, é necessário verificar suas fraquezas e ameaças tendo como objetivo a diminuição desses pontos negativos para que assim então a empresa se torne cada vez mais forte e tenha sua marca consolidada no mercado.

QUADRO 12 – ANÁLISE F.O.F.A.

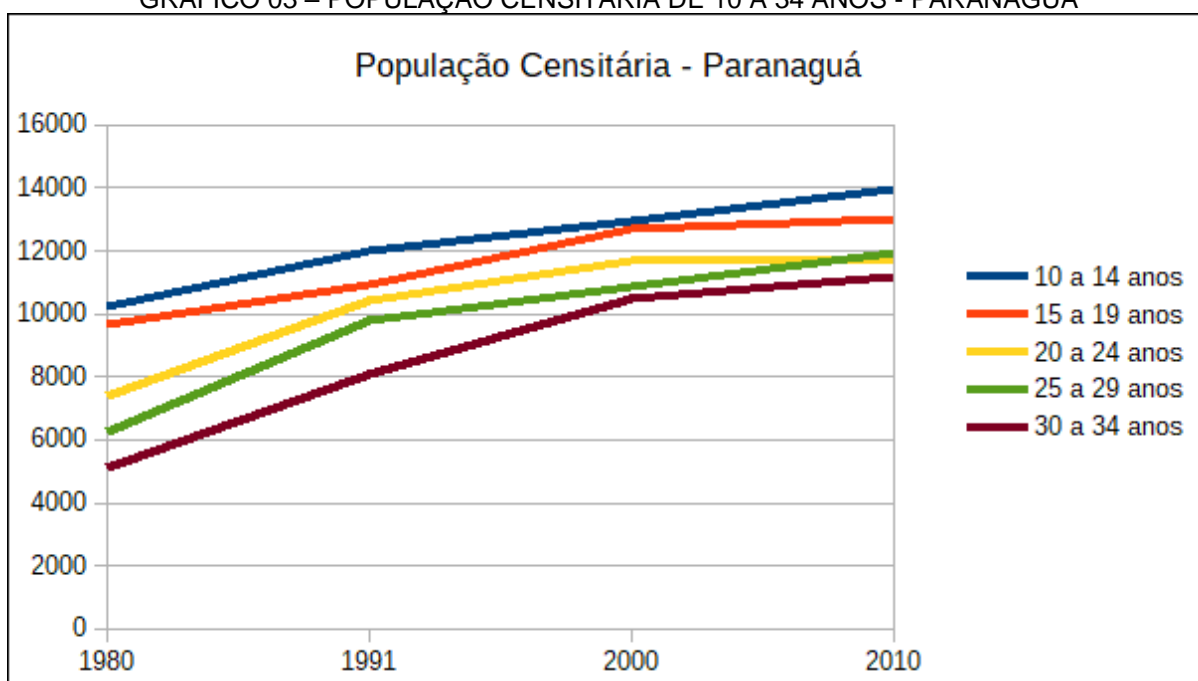
<b>FORÇAS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>
Boa localização – Com parada das principais linhas de ônibus à frente do empreendimento	Limitação das modalidades de dança ofertadas
Baixo valor do investimento	Concorrentes com oferta de ritmos variados
Baixo valor do preço (mensalidade)	
Boa visibilidade – Auto movimento de veículos e pedestres	Imóvel alugado
Enquadramento no Simples	Pouca experiência no mercado
Responsabilidade social	Poucas vagas de estacionamento
Uso de redes sociais para divulgação, promoção e comunicação	Organização espacial limitada
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
Aumento da renda per capita no município	Redução da população-alvo
Aderir a novos ritmos	
Diminuição nas taxas de pobreza no município	Concorrentes consolidados no mercado
Maior público feminino conforme pesquisa aplicada	
Aumento da população economicamente ativa	Queda da população projetada de 63259 pessoas em 2019 para 59697 até 2028
Ampliação da faixa etária de acordo com a pesquisa realizada	
Elevação do IDHM	Aumento do aluguel
Hábitos culturais da população (Consumidores de festas e praticantes culturais)	
Proximidade com escolas, ginásio de esporte e biblioteca pública	
Aumento do rendimento real médio do trabalho principal, efetivamente recebido por mês de R\$ 2.363 no primeiro trimestre do ano de 2018	
Aulas com estímulos para portadores de necessidades especiais	

FONTE: Os autores (2018).

#### 4.6.3 Análise de Mercado (Demanda)

A demanda da *Urban Dance* trata-se de crianças a partir dos 10 anos até adultos de 34 anos, o que se percebe quando levado em consideração dados históricos desse público, conforme Gráfico 03, é o crescimento substancial entre as décadas de 1980, 1991, 2000 e 2010, passando as populações, conforme Quadro 13, de 10 a 14 anos de 10.232 para 13.927 em 2010, de 15 a 19 anos de 9.642 para 13029. De 20 a 24 anos passou 7.384 para 11.753 em 2010, a população de 25 a 29 anos foi de 6.215 pessoas de 1980 a 11.934 em 2010, a população em faixa etária de 30 a 34 anos também mostrou um crescimento significativo de 5.125 indivíduos no ano de 1980 para 11.163 em 2010.

GRÁFICO 03 – POPULAÇÃO CENSITÁRIA DE 10 A 34 ANOS - PARANAGUÁ



FONTE: IPARDES (2018), Elaboração os autores (2018).

QUADRO 13 - POPULAÇÃO CENSITÁRIA DE 10 A 34 ANOS - PARANAGUÁ

População Censitária – Paranaguá	1980	1991	2000	2010
10 a 14 anos	10.232	12.012	12.928	13.927
15 a 19 anos	9.642	10.938	12.711	13.029
20 a 24 anos	7.384	10.448	11.671	11.753
25 a 29 anos	6.215	9.771	10.884	11.934
30 a 34 anos	5.125	8.097	10.463	11.163

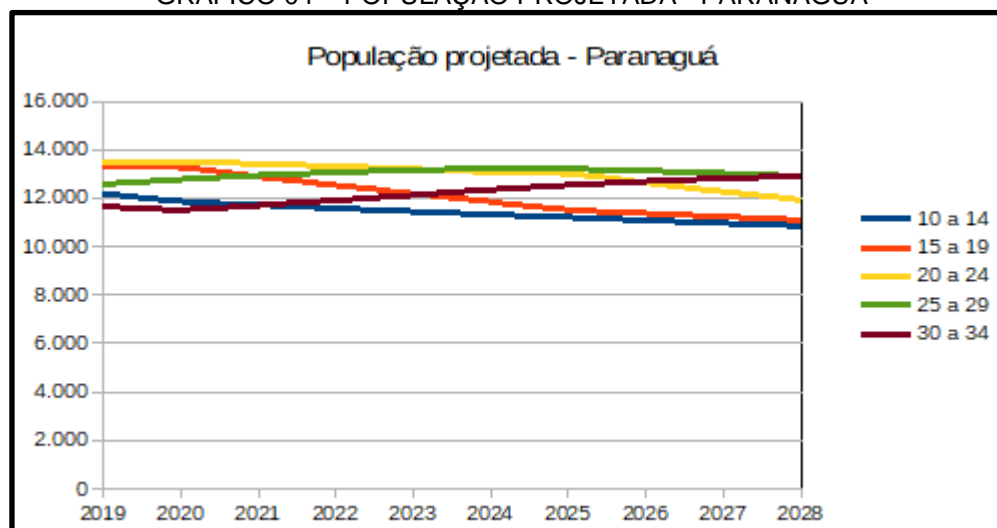
FONTE: IPARDES (2018).

Em contrapartida aos crescimentos apresentados, entre as décadas de 1980 a 2010, da população censitária para o município de Paranaguá, quando levadas em considerações dados das populações projetadas, se observa que para o ano de 2019 até o ano de 2028, a população de 10 a 14 anos com queda em seu número de indivíduos de 12.191 para 10.854.

De 15 a 19 anos essa queda foi de 13.336 em 2019 para 11.100 em 2028. De 20 a 24 anos esse número foi de 13.483 no ano de 2019 para 11.928 pessoas em 2028, já entre as faixas etárias de 25 a 29 anos esse público apresentou crescimento, saindo de 12.575 em 2019 com o pico dessa população chegando a 13.213 pessoas em 2024, posteriormente caindo para 12.911 em 2028.

Também se percebe o crescimento populacional nas faixas etárias de 30 a 34 anos, de 11.674 pessoas em 2019 para 12.904 indivíduos em 2028, como mostra o Gráfico 04.

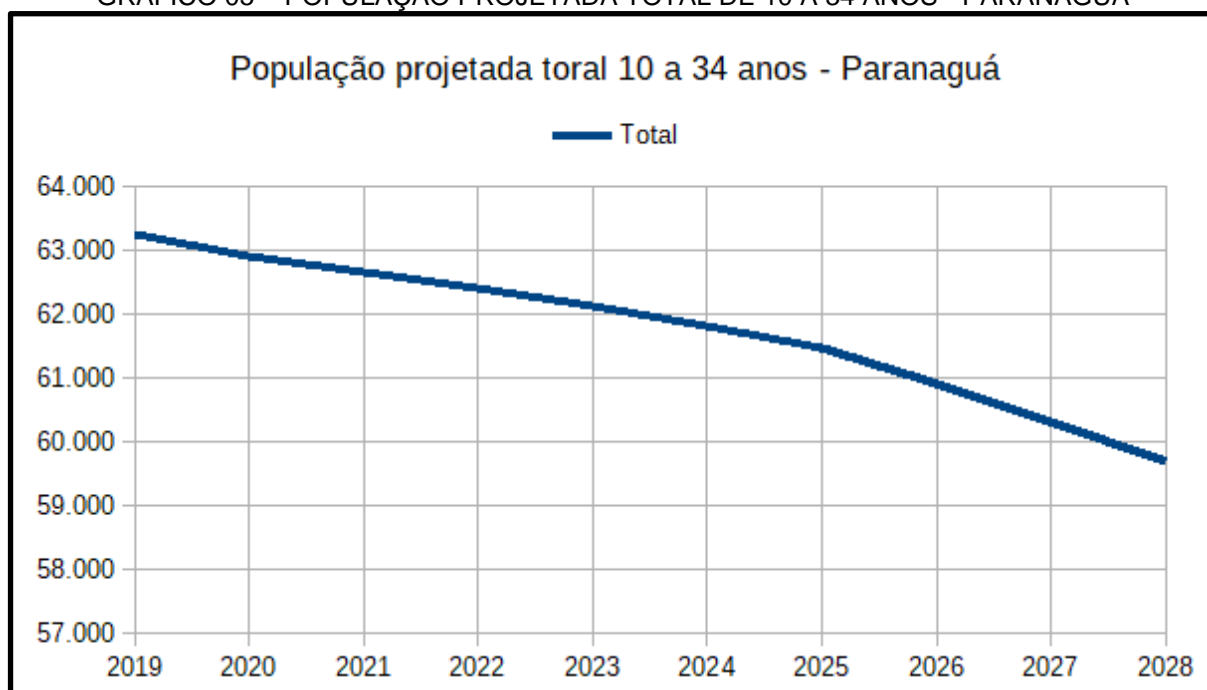
GRÁFICO 04 – POPULAÇÃO PROJETADA - PARANAGUÁ



FONTE: IPARDES (2018), Elaboração os autores (2018).

Se observado a população projetada total entre as faixas etárias dos 10 aos 34 anos de idades como mostra o Gráfico 05, se percebe o decréscimo dessa população em seu total, de 63.259, em 2019, para 59.697, em 2028.

GRÁFICO 05 – POPULAÇÃO PROJETADA TOTAL DE 10 A 34 ANOS - PARANAGUÁ



FONTE: IPARDES (2018), elaboração os autores (2018).

Analisando as perspectivas do consumo, se observam números positivos no que se refere a renda média da população, essa que para o município de Paranaguá, projeta um crescimento de 2,0% entre os anos de 2019 a 2028. Já o consumo mensal per capita, se observa mais uma vez um cenário favorável com elevação no consumo pela renda média de 1,18%, já quando visto o consumo pelo salário mínimo, o

crescimento se mostra menor chegando a porcentagem média anual de 0,6%. Todos esses fatores são observados em um quadro de diminuição da população nas faixas etárias dos clientes alvo, podendo se observar que mesmo em meio a queda na população, o consumo tende a apresentar um caminhar otimista devido à elevação da renda.

Observado esses fatores, a *Urban Dance* pretende se inserir como uma forte concorrente no mercado do lazer e entretenimento, objetivando alcançar uma parcela de público de pouco menos de 5% desse total de R\$573.241, que representam a totalidade movimentada no município mensalmente, ou mais precisamente 4,68% em um cenário otimista, representando um valor mensal de R\$ 26.827, de 3,68% em um cenário realista representando um valor mensal de R\$ 21.095 e de 2,68% em um cenário pessimista representando um valor mensal de R\$ 15.362, valores esses para o primeiro ano que somados não ultrapassaram o limite de R\$ 360.000, possibilitando ao empreendimento sua manutenção no Simples Nacional.

#### 4.6.4 Análise de Mercado (Oferta)

##### 4.6.4.1 Análise da Concorrência

Em Paranaguá, o que se observa quando levado em consideração dados dos concorrentes para o Estúdio de dança *Urban Dance*, percebe-se que dividem-se no ensino de modalidades de danças que prometem o emagrecimento e a melhora da qualidade de vida, voltados principalmente para o público feminino, como a Zumba; o ensino de danças mais clássicas como ballet e jazz, e ritmos mais urbanos como o Hip-Hop. Com o levantamento desses dados foi possível identificar oito concorrentes e a classificação se diretos ou indiretos. No Quadro 14, apresenta as modalidades de dança de cada concorrente.

QUADRO 14 - ANÁLISE DAS MODALIDADES OFERTADAS PELOS CONCORRENTES.

<b>Empresa</b>	<b>Ballet</b>	<b>Jazz</b>	<b>Zumba</b>	<b>HipHop</b>	<b>Sapateado</b>	<b>Outros Ritmos</b>
<i>Mix Dance</i>			X			
<i>World Dance</i>			X			
Academia Bio Aventura	X					X
<i>Studio de dança Top Dance</i>			X			
Centro de Artes Adriana Digiovanni	X	X		X		
Escola de dança Alabanza	X	X				
<i>Studio de dança Fênix</i>	X		X	X		X
Paranaguá Dança e Movimento – SECULTUR						X

FONTE: Pesquisa aplicada. Elaboração pelos autores (2018).

Segundo as modalidades, classificamos como concorrentes indiretos a Mix Dance, World Dance, Academia Bio Aventura, Studio Top Dance, Escola de Dança Alabanza e Paranaguá Dança e Movimento – SECULTUR (Secretaria de Cultura e Turismo de Paranaguá). Os diretos seriam o Centro de Artes Adriana Digiovanni e o Studio de dança Fênix representados seus distanciamentos da *Urban Dance* conforme Figuras 12 e 13.

Todos os concorrentes indiretos e diretos estão distribuídos de uma forma não centralizada, conforme Figura 11, fazendo assim com que diversos bairros sejam abrangidos por estes empreendimentos. Os concorrentes diretos estão localizados a uma faixa média de dois quilômetros do local escolhido para implantação do Estúdio *Urban Dance*.

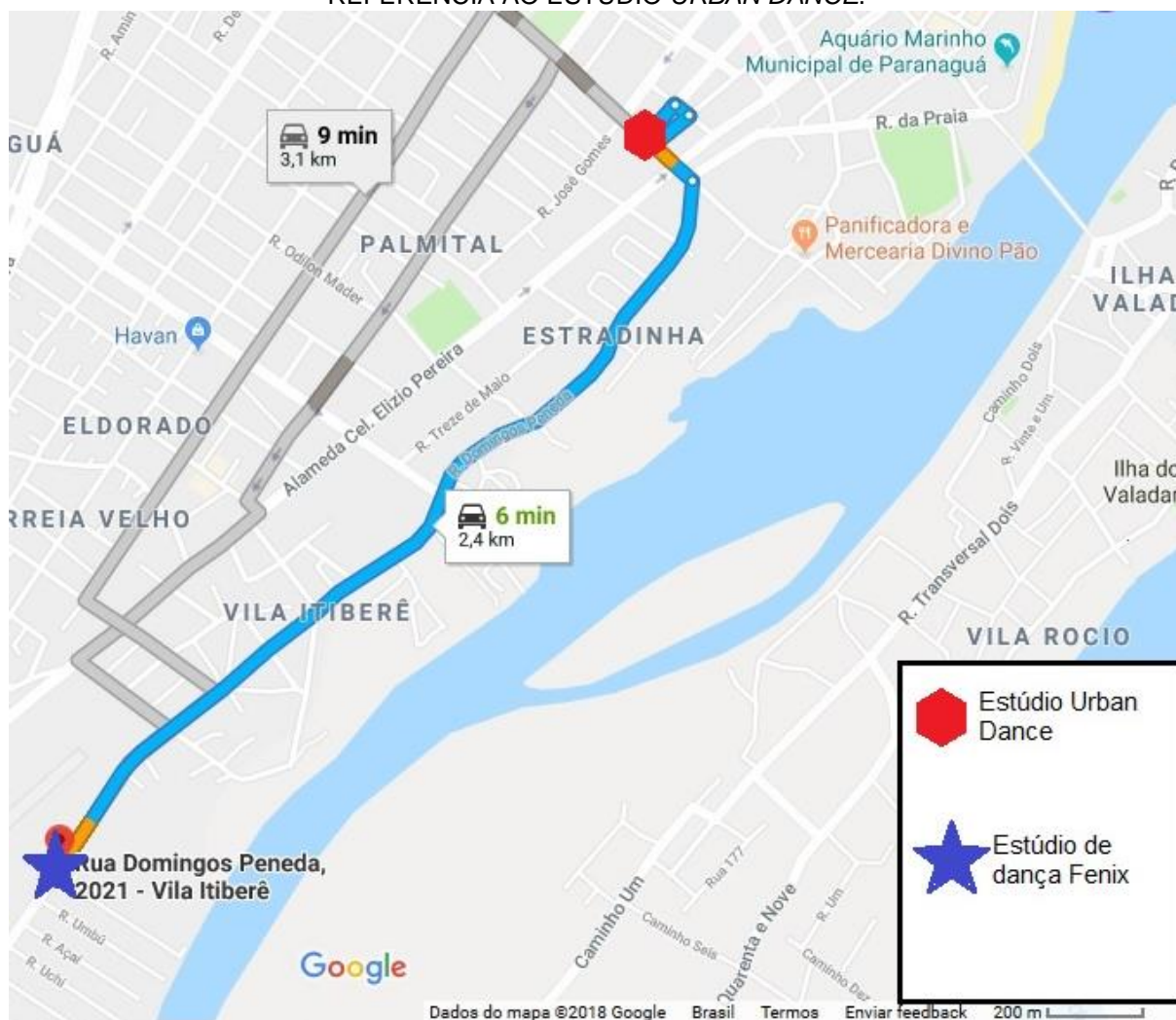


FIGURA 12 - DISTÂNCIA CONCORRENTE DIRETO CENTRO DE ARTES ADRIANA DIGIOVANNI COM REFERÊNCIA AO ESTÚDIO *URBAN DANCE*.



FONTE: Google Maps (2018), Adaptado pelos autores (2018).

FIGURA 13 - DISTÂNCIA CONCORRENTE DIRETO ESTÚDIO DE DANÇA FENIX COM REFERÊNCIA AO ESTÚDIO *URBAN DANCE*.



FONTE: Google Maps (2018), Adaptado pelos autores (2018).

O diagnóstico da pesquisa das localizações dos concorrentes trouxe dados que comprovam a baixa interferência dos concorrentes indiretos em nosso público-alvo, visto que as danças como a zumba, por exemplo, são danças voltadas a melhoria do condicionamento físico, e as demais modalidades estão ligadas a identificação do indivíduo com o estilo rítmico, visto isso o Estúdio de dança *Urban Dance* concorrerá diretamente com dois estabelecimento que são o Centro de Artes Adriana Digiovanni e o Estúdio de Dança Fenix e indiretamente com os demais.

#### 4.6.5 Definição de *Marketing*

O *marketing* é fundamental para o bom desenvolvimento de uma empresa ou organização seja ela com ou sem fins lucrativos, para Kotler; Armstrong (2003) “*marketing* não deve ser entendido no velho sentido de efetuar uma venda, mas no de

satisfazer as necessidades dos clientes”, o autor também mostra que o *marketing* vai muito além do simples momento da venda ele entra em ação muito antes das empresas possuírem o produto para essa venda tendo em vista isso é de suma importância que a empresa entenda quais são as necessidades e desejos dos clientes atuais e futuros buscando manter os atuais e conseguir mais clientes, sendo assim Kotler; Armstrong (2003, p.3).

Ele é a lição de casa que os administradores devem fazer para avaliar as necessidades, quantificar a extensão e a intensidade delas e com isso determinar se há uma oportunidade lucrativa. Ele continua por toda a vida do produto, na tentativa de encontrar novos clientes e manter os clientes atuais mediante a melhoria do desempenho e do apelo do produto, do aprendizado a partir dos resultados de suas vendas e gerenciamento contínuo de seu desempenho.

Sobre essa perspectiva pode-se observar que o *Marketing* é de grande importância para que um produto ou serviço obtenha sucesso em suas vendas ou em sua procura que a empresa entenda quais são os desejos e necessidades de seus clientes, Kotler; Armstrong (2003, p. 27) define o *Marketing* “como um processo administrativo e social pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam, por meio da criação, oferta e troca de produtos e valor com os outros”, também se pode ver o *Marketing* sob duas definições diferentes que são elas na perspectiva social e na gerencial como nos mostra Kotler; Keller (2006; p. 4).

Uma definição social mostra o papel do *marketing* na sociedade. Certo empresário disse que o papel do *marketing* é “fornecer um padrão de vida mais alto”. Eis uma definição social que atende ao nosso objetivo: *marketing* é um processo social pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação, da oferta e da livre troca de produtos e serviços de valor com outros. Como definição gerencial, o *marketing* muitas vezes é definido como “a arte de vender produtos”. De fato, as pessoas se surpreendem quando ouvem que a parte mais importante do *marketing* não é vender! Vendas são a ponta do iceberg do *marketing*.

#### 4.6.5.1 Mix de *Marketing*

A estratégia de *marketing* é de grande importância para que uma empresa ou organização obtenha vantagens competitivas sobre seus concorrentes e também para determinar se determinado serviço terá sucesso, para que se possa distinguir quais são os pontos fracos e fortes de determinado produto ou serviço sobre isso Kotler; Armstrong (2003, p.47) destacam que,

O desenvolvimento de estratégias de *marketing* competitivas começa com a análise do concorrente. A empresa compara constantemente o valor e a satisfação para o cliente entregue por seus produtos, preço, canais e promoção com os entregues por seus concorrentes mais próximos.

Os autores enfatizam sobre a estratégia competitiva, a qual uma empresa, ao segui-la, pode depender da posição em que esteja no mercado. Neste sentido, as empresas precisam analisar o mercado, bem como a posição em que se encontra, com intuito de atingir melhores resultados. Logo que a empresa define suas estratégias de *marketing* competitivo, esta pode iniciar o planejamento de seu *mix* de *marketing* ou composto de *marketing*, em que se utiliza de quatro fatores, os quais contribuem na percepção da influência que a empresa pode obter sobre o mercado. Esses fatores são denominados de “4Ps”, conforme destacado por Kotler e Armstrong (2003, p.47),

Mix de *marketing* pode ser definido como um conjunto de ferramentas de *marketing* táticas e controláveis que a empresa utiliza para produzir a resposta que deseja no mercado alvo. Consiste em tudo que a empresa pode fazer para influenciar a demanda de seu produto. As diversas possibilidades podem ser agrupadas em quatro grupos de variáveis conhecidas como os ‘4Ps’: produto, preço, praça e promoção.

Sobre os “4Ps” Kotler; Armstrong (2003, p. 48) destacam que,

Produto significa a combinação de bens e serviços que a empresa oferece para o mercado-alvo [...]. Preço é a quantia de dinheiro que os clientes têm de pagar para obter um produto [...]. Praça envolve as atividades da empresa que tornam o produto disponível aos consumidores-alvo [...]. Promoção envolve as atividades que comunicam os pontos fortes do produto e convencem o clientes-alvo a comprá-lo.

Observando esses quatro pontos, a *Urban Dance* pretende encontrar o melhor posicionamento no mercado, com a premissa de melhorar os preços em consonância com os demais no mesmo segmento no mercado. Para tanto, será considerada a pesquisa aplicada ao público alvo, bem como as questões que interverem no entorno do empreendimento e as questões culturais que advém da historicidade do município de Paranaguá - PR.

Para a praça foi observado um local de grande fluxo de veículos e pessoas com proximidade a pontos de movimentação de público e parada de ônibus, contudo, no que se refere a promoção, esta será veiculada através de redes sociais, considerando as mais utilizadas pelo público alvo. Com esta prerrogativa, seguidamente pretende-se realizar a entrega de um produto/serviço de qualidade.

A escolha da praça traz a objetividade de alcançar o maior número de clientes, pois está posicionado em uma área de grande movimento e grande visibilidade na cidade de Paranaguá, sendo assim pretende-se atrair o maior número de adeptos as modalidades de dança que serão ofertadas pelo estúdio.

#### 4.6.5.2 Plano de *Marketing*

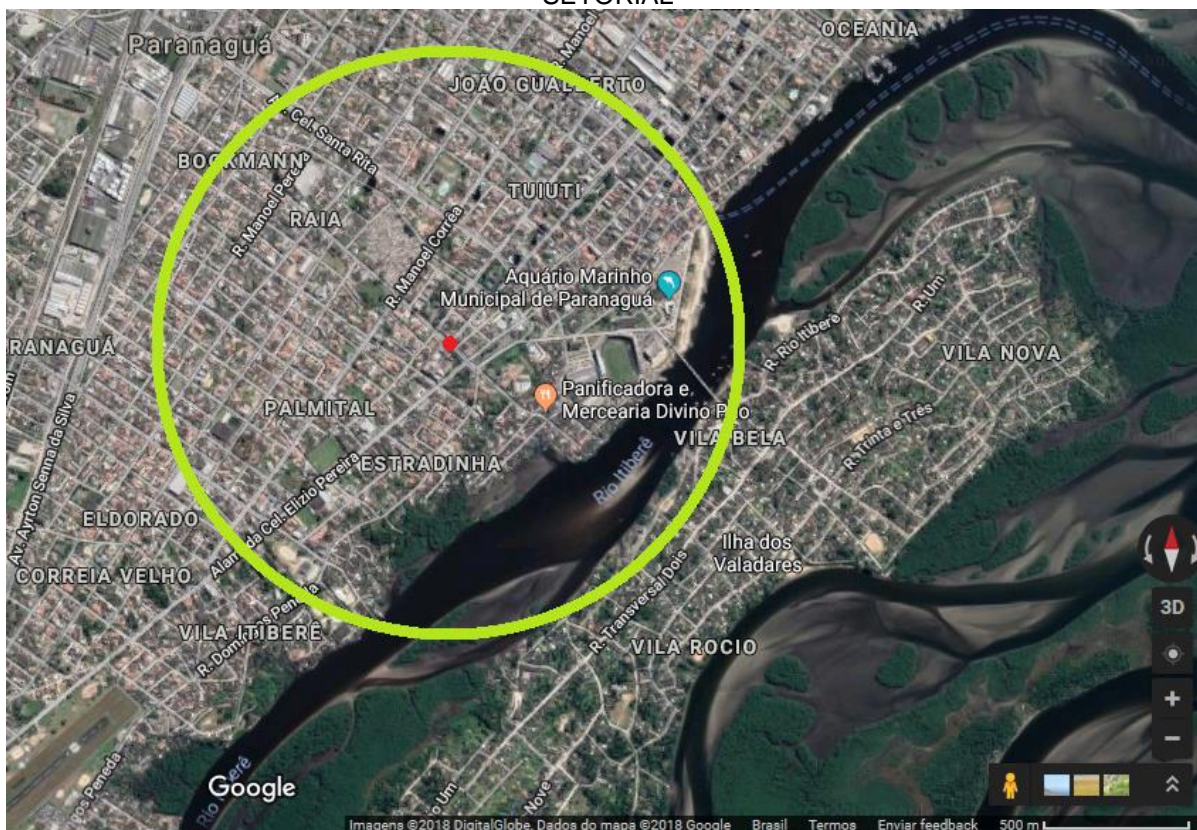
##### 4.6.5.2.1 Praça

Como uma das formas de identificar a viabilidade do empreendimento, acerca do local escolhido para sua implantação e funcionamento, levou-se em consideração fatores como: a população que reside nas proximidades do local escolhido, a proximidade com colégios de ensino médio, bem como a proximidade com a biblioteca pública e, pontos de parada de transporte público.

O empreendimento está projetado para se estabelecer na esquina entre a Avenida dos Expedicionários e a Avenida Júlia da Costa, em que visa dar maior visibilidade ao público residente nas proximidades do Estúdio *Urban Dance*. Outro dado interessante é que, nas referidas avenidas, há um grande fluxo de veículos, fator esse que contribui para a visibilidade do negócio desde que haja uma placa do estacionamento com um tamanho adequado para que estes transeuntes possam perceber a existência do estúdio.

Assim, como forma de visualização do empreendimento, no mapa, estabeleceu-se um raio de um quilômetro, o qual encontra-se em uma circunferência apresentado na Figura 14.

FIGURA 14 - PROVÁVEL LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA E CÍRCULO DE ABRANGÊNCIA SETORIAL



FONTE: Google Maps (2018). Marcações: Os autores (2018)

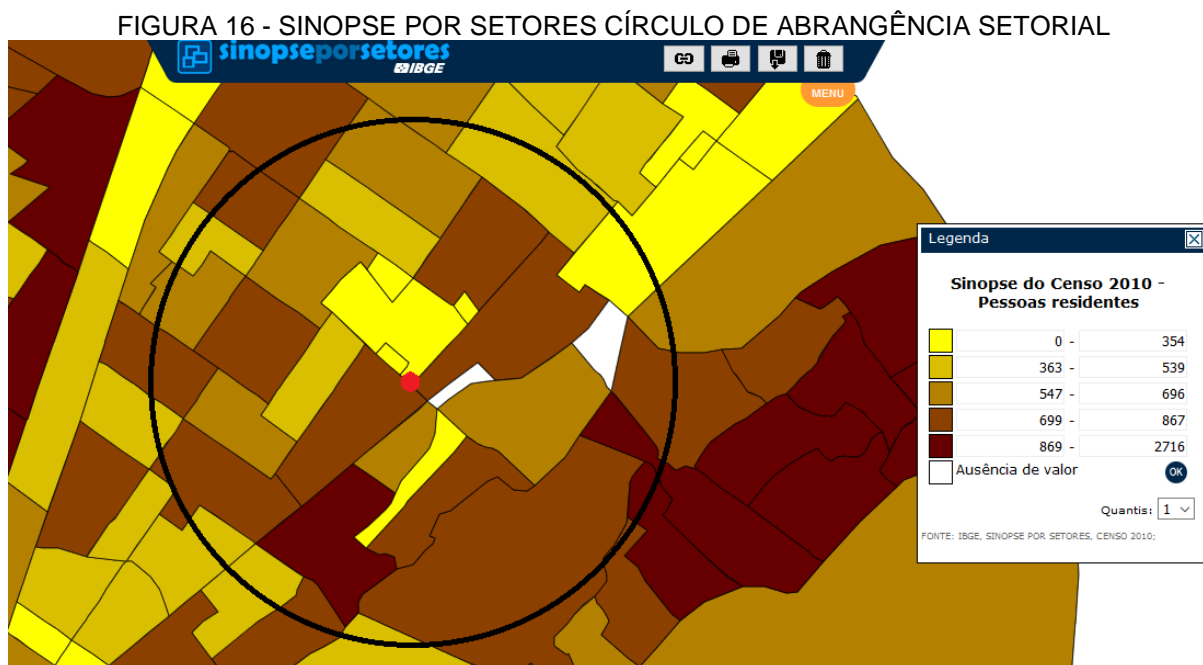
FIGURA 15 - LOCAL DE FUNCIONAMENTO DA EMPRESA



FONTE: Google Maps (2018).

Quanto aos setores abordados pelo círculo de abrangência do empreendimento, levando em consideração um raio de 1 (um) quilômetro, a partir do

Estúdio de Dança *Urban Dance*, percebe-se dentro desse círculo o alcance de 40 setores ainda que algum desses sejam muito pouco abrangidos, se observa um número populacional de 22.520 pessoas dentro do círculo de abrangência do empreendimento conforme Figura 16.



FONTE: IBGE (2018), Elaboração os autores (2018).

#### 4.6.5.2.2 Promoção

O papel da promoção é transmitir informações da empresa para os seus consumidores. Kotler e Armstrong (1999, p.136) afirma que: “O quarto P, promoção, cobre todas aquelas ferramentas de comunicação que fazem chegar à mensagem ao público alvo.”. Mas em oposição ao que se pensa que o *marketing* se delimita a apenas propagandas de televisão, por exemplo, Kotler e Armstrong (2003, p. 11) também afirma que,

*Marketing* é a arte e a ciência de escolher os mercados- alvo e de conquistar, reter e cultivar clientes, por meio da criação, comunicação e fornecimento de valor superior para os clientes, além de, converter as necessidades cambiantes das pessoas em oportunidades lucrativas para as empresas.

Em termos de comunicação, o número de ferramentas utilizadas tem um papel importante, pois possibilita atingir mercados consumidores com diferentes perfis e que viabilizam uma crescente mudança no negócio.

No caso do Estúdio *Urban Dance*, o *marketing* digital será utilizado, bem como a promoção de vendas, como meios de promoção. Os canais digitais a serem utilizados serão o Facebook e o Instagram, mídias sociais virtuais atuais que oferecem divulgar, interagir e apresentar o seu negócio, em que poderá se utilizar de suas ferramentas como por exemplo, a criação de uma página, o *marketplace*, bem como “promover” anúncios e *fanpages*, pois possuem alto alcance no que se refere ao número de pessoas, além de baixo custo monetário de investimento. Outro veículo de comunicação poderá ser realizado em rádios da cidade, com a oferta de uma aula experimental gratuita para cada interessado (a) em realizá-la.

Também como estratégia de *marketing*, a *Urban Dance* buscará por parceiros, sendo esses, empresas privadas e Organizações Não Governamentais (ONGs), que gostariam de oferecer serviços à população, possibilitando o Estúdio acolher pessoas em situação de vulnerabilidade social. Esse serviço trará a *Urban Dance* reconhecimento como empresa preocupada com responsabilidade social, apresentando a mesma um diferencial entre as demais empresas do ramo, promovendo integração social, sendo referência no mercado.

Conforme resultados da pesquisa de mercado, uma sugestão importante que será implementado ao Estúdio consiste em desenvolver promoções para alunos já matriculados, caso esses consigam captar novos clientes através de indicações.

#### 4.6.5.2.3 Preço

A *Urban Dance* levará em consideração, para a estratégia de precificação do seu serviço, uma análise de preços de seus concorrentes, tendo em vista sua colocação no mercado com preço competitivo, diante dos demais estúdios de dança nas proximidades do estabelecimento, com o objetivo não destoar dos demais, quando levado em consideração a precificação, pois um valor muito abaixo do mercado pode fazer com que os clientes criem uma visão de que o estúdio é de baixa qualidade, devido ao baixo valor cobrado. Sobre a precificação muito acima dos demais negócios da mesma natureza, isto poderá ser um limitador de sua clientela

dado ao tipo de negócio que se quer trabalhar, bem como entrar em discordância com a amostra pesquisada, pois este é um questionamento que compreende a investigação dentro do escopo do presente estudo. No questionário pressupõe questões que poderão levantar informações importantes, tais como o valor que os consumidores estão dispostos a pagar por determinado serviço, bem como a observação da faixa de renda média desse público.

Como proposição, o Estúdio de Dança *Urban Dance* poderá iniciar com o valor, para suas mensalidades, de R\$ 70,00 para 3 (três) aulas por semana, e, de R\$ 60,00 para 2 (duas) aulas por semana, com uma alternativa de R\$ 50,00 para 1 (uma) aula por semana.

QUADRO 15 - PREÇO DA ACADEMIA BIO AVENTURA

TIPO DE DANÇA	DIAS DA SEMANA	PREÇO
BALLET	2 DIAS	R\$ 75,00
DANÇA DE SALÃO	2 DIAS	R\$80,00
RITMOS	3 DIAS	R\$ 80,00

FONTE: Pesquisa aplicada (2018), Elaboração os autores (2018).

QUADRO 16 - PREÇO DA MIX DANCE

TIPO DE DANÇA	DIAS DA SEMANA	PREÇO
ZUMBA	3 DIAS	R\$ 80,00

FONTE: Pesquisa aplicada (2018), Elaboração os autores (2018).

QUADRO 17 - PREÇO DO STUDIO WORLD DANCE

TIPO DE DANÇA	DIAS DA SEMANA	PREÇO
ZUMBA	5 DIAS	R\$ 70,00
	3 DIAS	R\$ 60,00

FONTE: Pesquisa aplicada (2018), Elaboração os autores (2018).

QUADRO 18 - PREÇO DO CENTRO DE ARTES ADRIANA DIGIOVANNI

TIPO DE DANÇA	DIAS DA SEMANA	PREÇO
BALLET	2 DIAS	R\$110,00
JAZZ	2 DIAS	R\$110,00
HIP HOP	2 DIAS	R\$110,00

FONTE: Pesquisa aplicada (2018), Elaboração os autores (2018).

QUADRO 19 – PREÇO DO ESTÚDIO DE DANÇA FÊNIX

TIPO DE DANÇA	DIAS DA SEMANA	PREÇO
BALLET	2 DIAS	R\$ 60,00
BELLE FITNESS	2 DIAS	R\$ 60,00
DANÇA DO VENTRE	2 DIAS	R\$ 60,00
HIP HOP	2 DIAS	R\$ 60,00
RITMOS	2 DIAS	R\$ 60,00

FONTE: Pesquisa aplicada (2018), Elaboração os autores (2018).

QUADRO 20 – PREÇO DA COMPANHIA DE DANÇA ALABANZA

TIPO DE DANÇA	DIAS DA SEMANA	PREÇO
BALLET	2 DIAS	R\$85,00
JAZZ	2 DIAS	R\$85,00

FONTE: Pesquisa aplicada (2018), Elaboração os autores (2018).

QUADRO 21 – PREÇO DO STUDIO DE DANÇA TOP DANCE

TIPO DE DANÇA	DIAS DA SEMANA	PREÇO
ZUMBA	2 DIAS	R\$60,00

FONTE: Pesquisa aplicada (2018), Elaboração os autores (2018).

QUADRO 22 – PREÇO PARANAGUÁ DANÇA E MOVIMENTO

TIPO DE DANÇA	DIAS DA SEMANA	PREÇO
CIGANA E TEATRAL	5 DIAS	GRATUÍTO

FONTE: Pesquisa aplicada (2018), Elaboração os autores (2018).

#### 4.6.6 Pesquisa de Mercado

A pesquisa de mercado se deu a partir da coleta de dados com a elaboração de um questionário produzido pelos autores e aplicado aos moradores da região de Paranaguá através do *Google Forms*. O envio deste questionário se deu por meio do link de acesso, sendo também compartilhado em algumas redes sociais. Essa pesquisa foi realizada em um curto período de três dias, que se somaram 73 respondentes. Por esse questionário, buscou-se informações sobre a cultura local da região, bem como aspectos ligados ao lazer, estilo de vida de cada respondente.

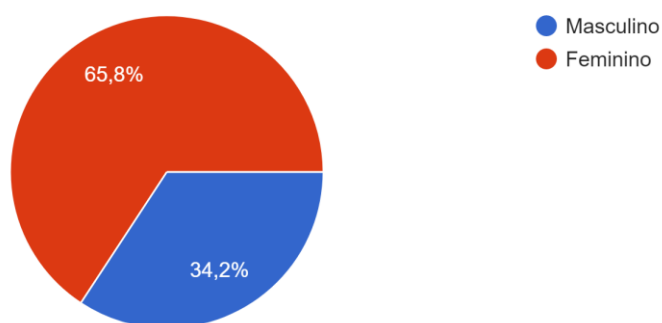
##### 4.6.6.1 Análise dos dados

Conforme Gráfico 06, 65,8% dos respondentes são do sexo feminino, precisamente 48 indivíduos, e os outros 34,2% do sexo masculino, estando em 25 respondentes.

GRÁFICO 06 - GÊNERO

1 – Sexo:

73 respostas



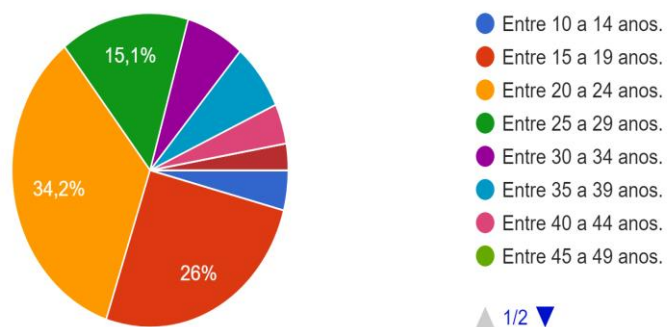
FONTE: Os autores (2018).

Em relação à faixa etária, conforme Gráfico 07 o público predominante está entre 20 a 24 anos, com um percentual de 34,2% dos respondentes, seguindo para a faixa entre 15 a 19 anos, com 26%, e entre 25 a 29 anos, com 15,1%.

## GRÁFICO 07 - FAIXA ETÁRIA.

## 2 – Faixa etária:

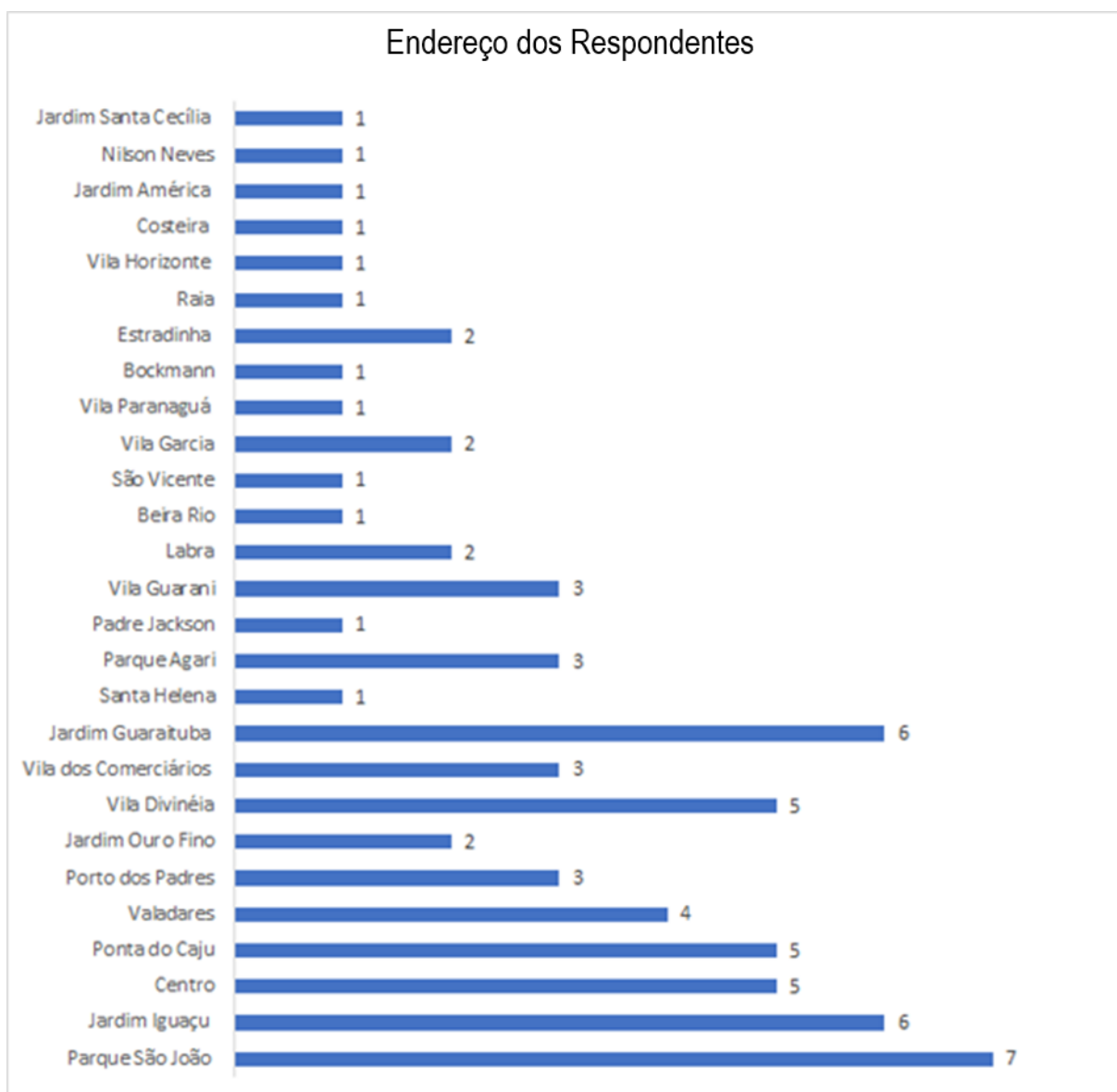
73 respostas



FONTE: Os autores (2018).

Conforme Gráfico 08, a resposta dos participantes referente a localidade de sua residência, pode-se destacar os bairros Parque São João, Jardim Iguaçu, Jardim Guaraituba, Centro, Ponta do Caju, Vila Divinéia, como os mais resididos pelos respondentes.

GRÁFICO 08 - BAIRRO DOS RESPONDENTES



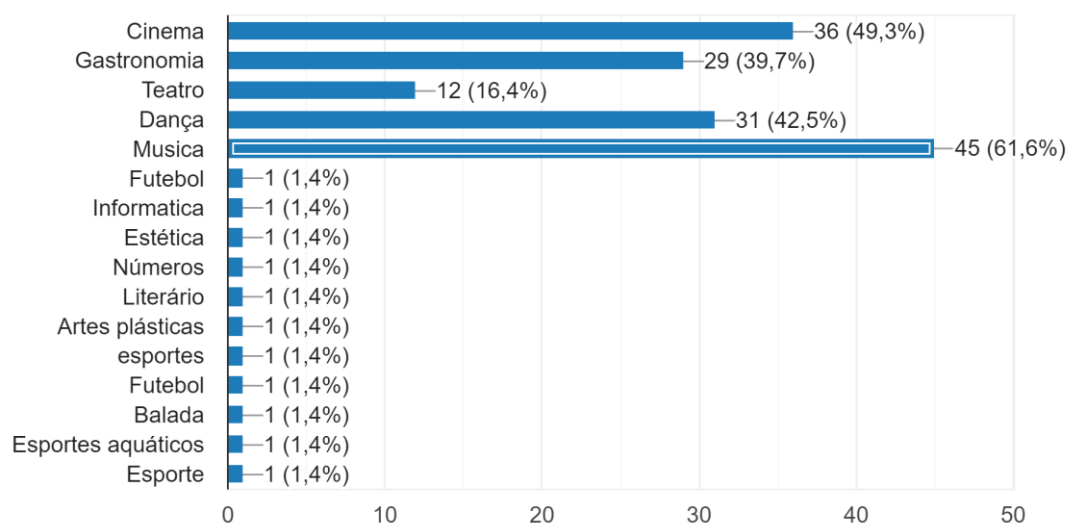
FONTE: Os autores (2018).

Conforme Gráfico 09, correspondente ao lazer, dentre os mais relevantes estão: Música, com 61,6% dos respondentes, 49,3% a cinema, 42,5% a dança e gastronomia com 39,7%.

## GRÁFICO 09 - INTERESSE DOS RESPONDENTES

## 4 – Você tem interesses ligados a:

73 respostas



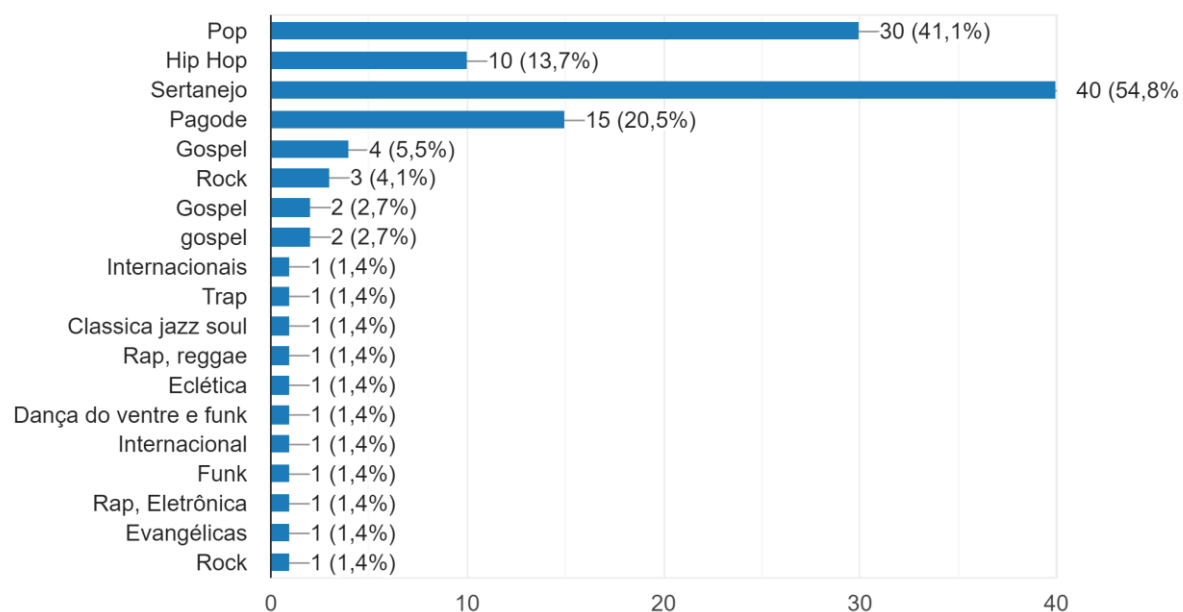
FONTE: Os autores (2018).

O estilo de música com maior percentual de escolha, conforme mostra o Gráfico 10, concentra-se no sertanejo, com 54,8%, ficando pop em segundo com 41,1% e pagode com 20,5% em terceiro.

## GRÁFICO 10 - ESTILO DE MUSICAL

## 5 - Qual o estilo de música de sua preferência?

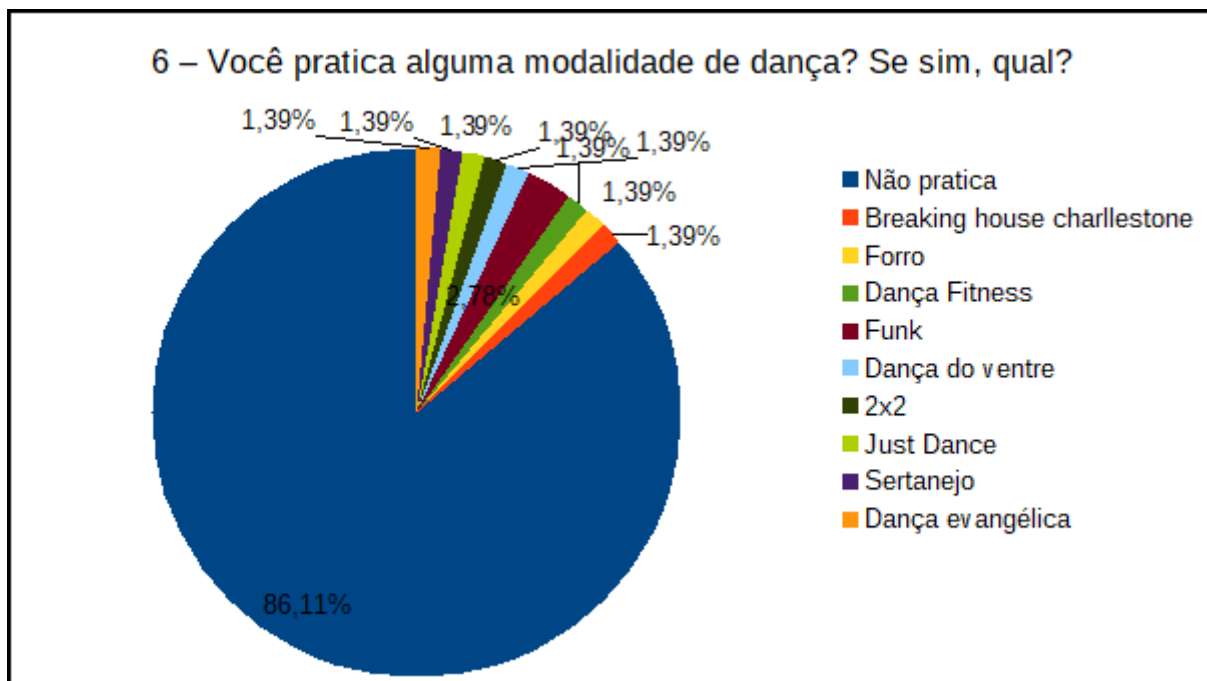
73 respostas



FONTE: Os autores (2018).

De acordo com o Gráfico 11, cerca de 86,11% dos respondentes não praticam nenhuma modalidade de dança e 2,78% praticam funk dentre as mais relevantes.

GRÁFICO 11 - PRÁTICA DE DANÇA



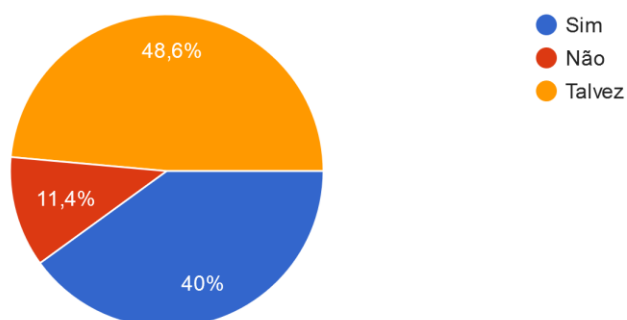
FONTE: Os autores (2018).

Segundo o Gráfico 12, quando questionados se teriam interesse em praticar alguma modalidade de dança, 8,6% dos respondentes apontaram para talvez, 40% afirmou que sim e cerca de 11,4% não demonstrou interesse.

GRÁFICO 12 - INTERESSE NA PRÁTICA DE DANÇA

7 – Se sua alternativa foi não, você tem interesse em praticar alguma modalidade?

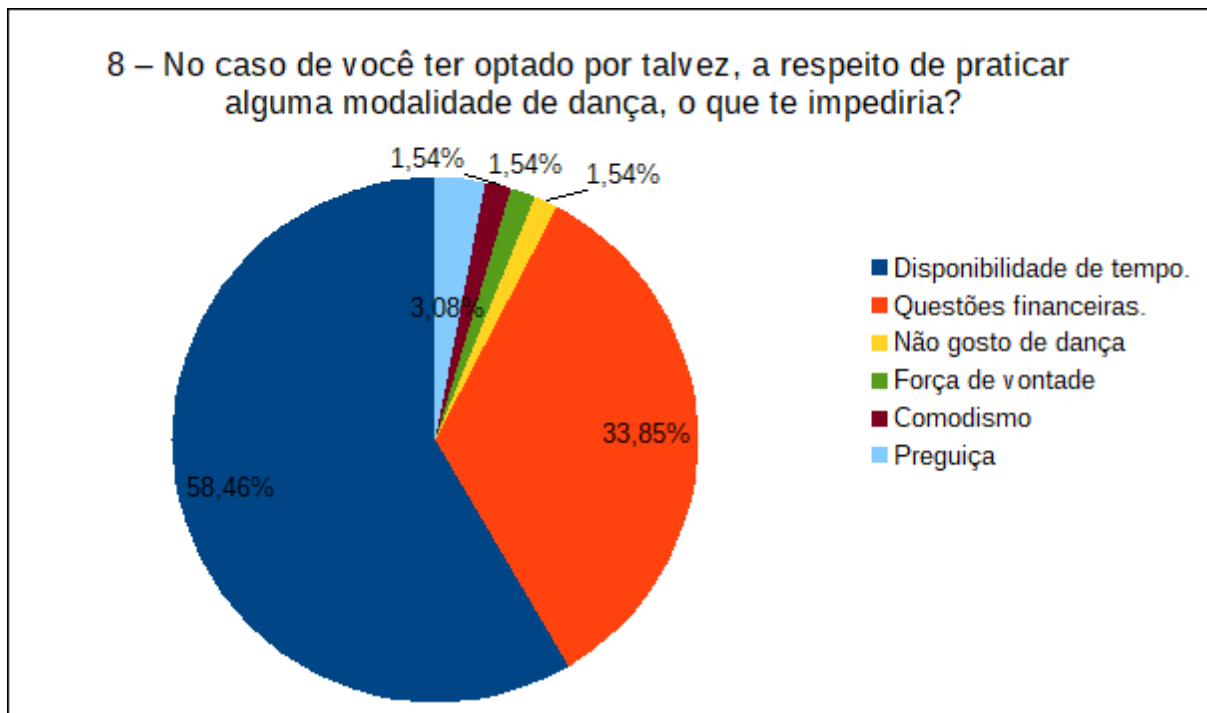
70 respostas



FONTE: Os autores (2018).

Conforme Gráfico 13, um fator principal que viria a impedir a prática da dança seria a disponibilidade de tempo segundo 58,46% dos respondentes, outros 33,85% seriam impedidos por questões financeiras.

GRÁFICO 13 - IMPEDIMENTOS A PRÁTICA DA DANÇA



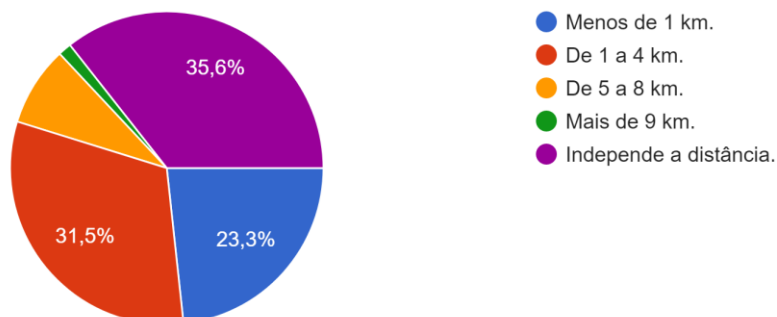
FONTE: Os autores (2018).

De acordo com o Gráfico 14, 35,6% dos respondentes não consideram a distância como um fator predominante na escolha do local. Ainda sobre a distância, 31,5% dos respondentes acreditam ser viável de 1 a 4 km a percorrer até o local, outros 23,3% percorreriam menos de 1 km.

## GRÁFICO 14 - DISTÂNCIA VIÁVEL PRETENDIDA

9- Caso tenha algum interesse em praticar aulas de dança, qual a distância viável a percorrer para você?

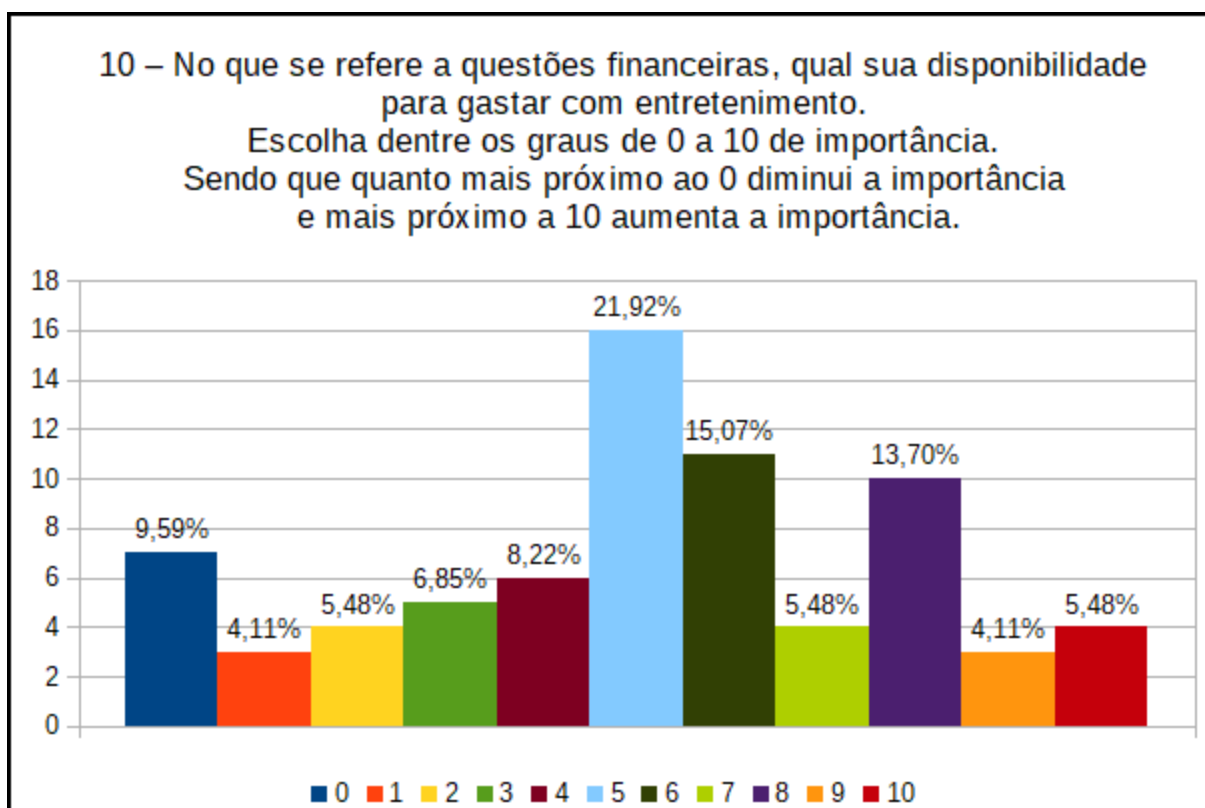
73 respostas



FONTE: Os autores (2018).

Conforme o Gráfico 15, quando questionados sobre a disponibilidade para gastar com entretenimento cerca de 21,92% dos respondentes assinalaram o número 5, enquanto 15,07% assinalaram o número 7 e 13,70% assinalaram o número 8, sabendo que quanto mais próximo de 0 menor é a importância e mais próximo de 10 maior é a importância.

GRÁFICO 15 - DISTÂNCIA VIÁVEL PRETENDIDA

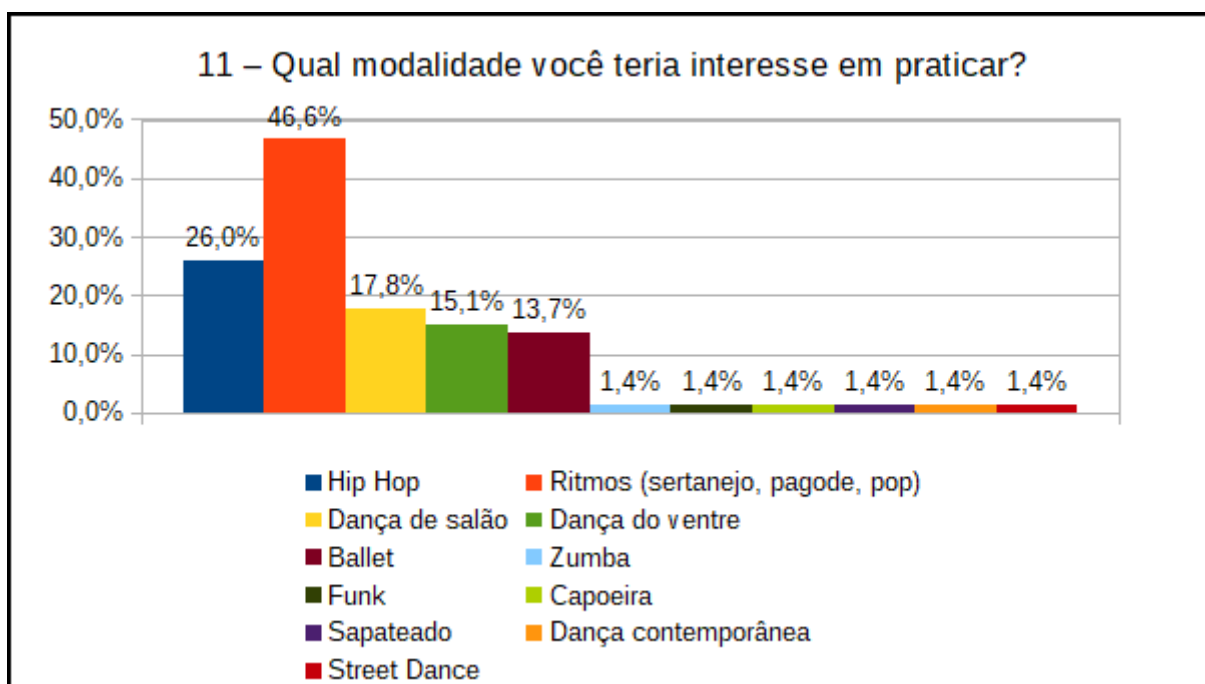


FONTE: Os autores (2018).

Conforme Gráfico 16, no que se refere a modalidade pela qual o questionado teria interesse em praticar podendo este fazer a opção por mais de uma, se observa a modalidade de dança que agrega vários ritmos (sertanejo, pagode, pop), em sua composição, como sendo a mais desejada pelo público obtendo assim, a porcentagem de 46,6% da totalidade.

O gênero ofertado pela *Urban Dance* aparece na segunda posição com 26% com preferência por hip-hop e pode se somar a isso os 1,4% que manifestaram interesse em Street Dance, ficando assim com um total de 27,4% do interesse do público. A dança de salão foi responsável por 17,8% dos interesses, seguido por Dança do Ventre, com 15,1% e Ballet com 13,7% do interesse dos respondentes da pesquisa, as demais modalidades como elas Zumba, Funk, Sapateado, Dança Contemporânea e Capoeira cada uma dessas somou um total de 1,4%.

GRÁFICO 16 - MODALIDADE DE INTERESSE



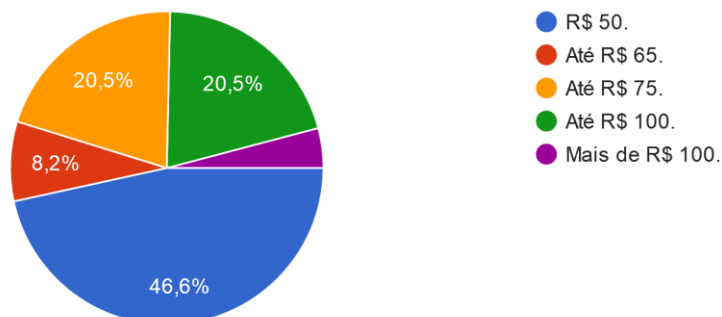
FONTE: Os autores (2018).

De acordo com o Gráfico 17, Quando questionados sobre a disponibilidade para pagar em entretenimento mensalmente se observa que grande maioria 46,6% estão dispostas a gastar apenas R\$ 50 por mês, já 20,5% do público atingido pelo questionário disse estar disposto a desembolsar até R\$ 75 para tal, esses números se repetem para o público disposto a gastar até R\$ 100 mensais, para aqueles dispostos a gastar até R\$ 65 esse número foi de 8,2% dos respondentes e apenas 4,1% apontou estar disposto a pagar mais de R\$ 100 mensal por entretenimento.

GRÁFICO 17 - VALOR DA MENSALIDADE

## 12 – Quanto você estaria disposto a pagar mensalmente por entretenimento e lazer?

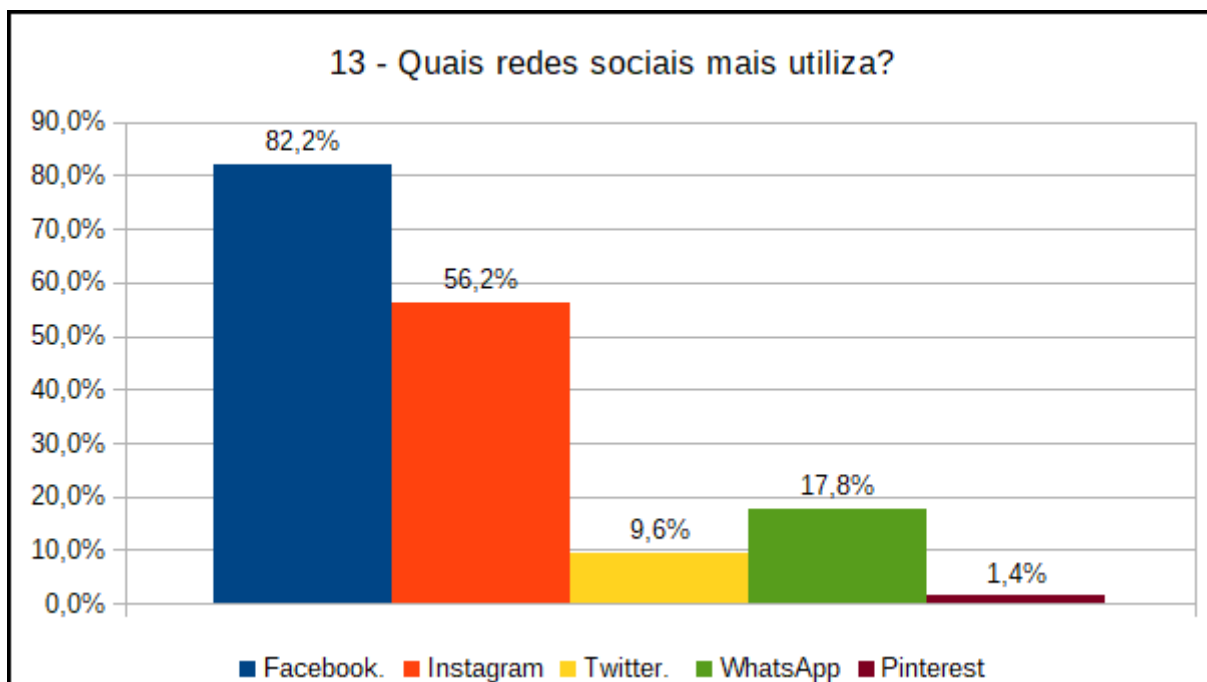
73 respostas



FONTE: Os autores (2018).

De acordo com o Gráfico 18, destaca-se o Facebook como a rede social com maior índice de utilização, com 82,2% do total dos respondentes, o Instagram aparece com 56,2% do total, sendo a segunda rede social mais utilizada pelos respondentes. O *WhatsApp* e o *Twitter* somam um total de 27,4% do total.

GRÁFICO 18 - REDES SOCIAIS MAIS UTILIZADA

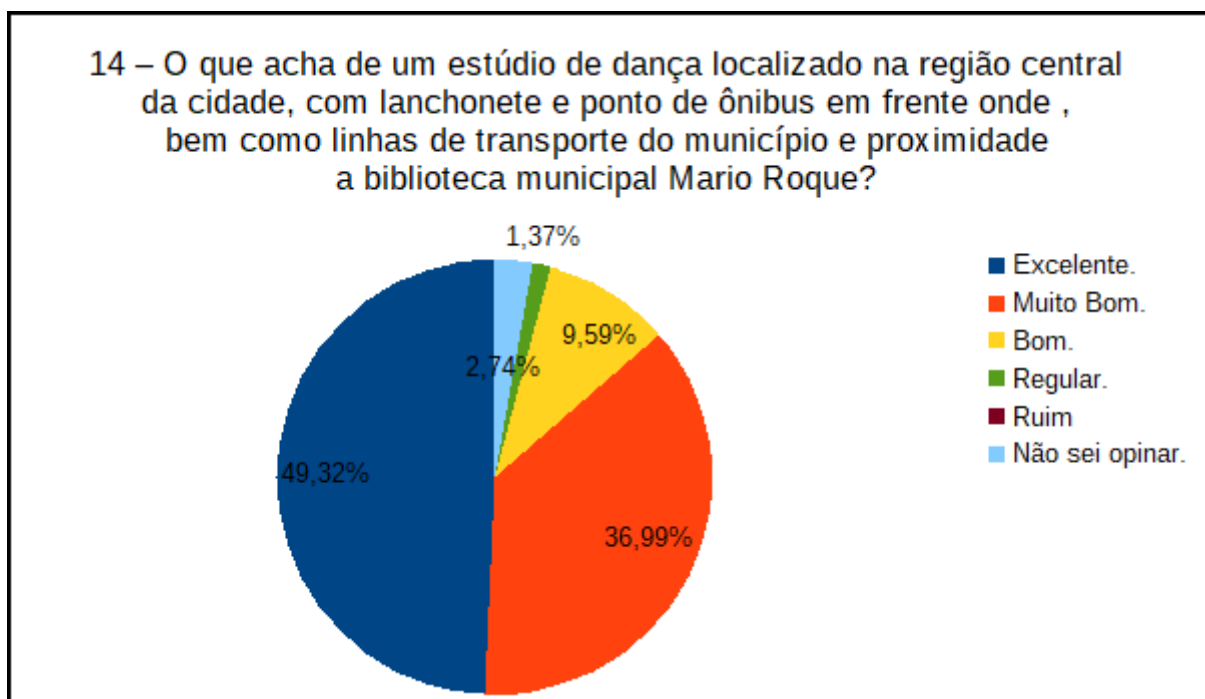


FONTE: Os autores (2018).

A *Urban Dance* está localizada na área central da cidade, com diversos pontos positivos referente a esse espaço, como lanchonete, praça pública e ponto de ônibus

em frente ao local, com passagem de algumas linhas de transporte do município, tendo também proximidade a biblioteca municipal da cidade, que possibilitam maior interesse pelos seus futuros clientes. De acordo com essas informações, conforme Gráfico 19, 49,32% dos respondentes da pesquisa consideram esses pontos como excelente, outros 36,99% acreditam ser muito bom, 9,59% julgam ser bom, e outros 2,74% não souberam opinar.

GRÁFICO 19 - CONSIDERAÇÕES RELACIONADO A LOCALIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO



FONTE: Os autores (2018).

Na pesquisa, 64 respondentes afirmam que têm interesse em fazer uma aula experimental grátis no referido estúdio de dança, outros 6 respondentes declaram não estar dispostos e apenas 3 respostas foram consideradas indecisas, conforme Quadro 23.

QUADRO 23 - DISPOSIÇÃO REFERENTE A AULA EXPERIMENTAL

15 – Estaria disposto a experimentar uma aula grátis de dança neste estúdio? Se não, explique o motivo.		Sim	Não	Talvez
Sim	57	57		
Talvez	2			2
Não	2		2	
Sempre achei legal a dança e me dá vontade de aprender	1	1		
Não, não sou muito de sair	1		1	
Seria interessante	1	1		
Depende do horário	1			1
não! acho que já passei da idade	1		1	
Eu adoraria experimentar uma aula grátis de dança	1	1		
Sim se estivesse mais perto	1	1		
Sim, estaria	1	1		
Não tenho tempo	1		1	
Porque é muito longe, eu pretendo fazer, mas gostaria próximo a minha casa	1		1	
Sim, claro	1	1		
Sim, com certeza	1	1		
Total	73	64	6	3

FONTE: Elaborado pelos autores (2018).

Na questão 16 foi solicitado aos respondentes alguma forma de melhoria que estes achassem validas para a implantação no Estúdio de dança *Urban Dance*, estas melhorias foram representadas por sugestões apontadas pelos respondentes

relacionado ao que poderia ser realizado para contemplar as expectativas de cada aluno.

Dentre as sugestões destacam-se algumas como; aulas com horários flexíveis; preço acessível; promoções para alunos já matriculados caso esses consigam captar novos clientes através de indicações; aulas com estilos variados; profissional capacitado; ambiente climatizado; aula para crianças; aulas gratuitas, aulas por faixa etária; piso profissional e local reservado; lugar para deixar as crianças; visitas de dançarinos profissionais; festa de inauguração com oficinas de aulas de danças e aulas para pessoas com deficiências como exemplo aulas com estímulos; entre outros.

#### 4.6.6.2 Análise dos Resultados

Com base na pesquisa realizada, 73 indivíduos responderam ao questionário, sendo 48 deles do sexo feminino. O público predominante se encontra na faixa etária entre 20 a 24 anos de idade, porém pode-se observar, no resultado da pesquisa, que o público total identificado se encontrou entre a idade de 10 a 49 anos, representando uma grande diversidade em relação as faixas etárias. Segundo a pesquisa Parque São João, Jardim Iguaçu, Jardim Guaraituba, Centro, Ponta do Caju e Vila Divinéia são os bairros mais resididos pelos respondentes, essa informação é de grande relevância, pois influencia diretamente no quanto o cliente está disposto a percorrer para chegar ao Estúdio.

Com relação ao lazer 61,6% dos respondentes apontam a música como o principal, enquanto 49,3% aponta cinema e 42,5% aponta dança. Estas informações apresentam um grande fator positivo pois apesar da dança ser indicada com 42,5% pelos respondentes, a música se encontra como principal tipo de lazer e pode vir a contribuir já que possui grande ligação com a dança. Um ponto negativo observado na pesquisa foi em relação ao estilo de música dos respondentes, pois 54,8% deles apontaram sertanejo como o principal, enquanto o pop aparece em segundo com 41,1% e pagode com 20,5% em terceiro. Segundo os dados coletados a maioria dos respondentes não praticam nenhuma modalidade de dança com um percentual de 86,11%. Quanto ao interesse dos respondentes em praticar alguma modalidade de dança 8,6% deles apontaram para talvez, enquanto 40% afirmou que sim.

Acerca desses 8,6% que optaram por talvez, aproximadamente 58,46% disseram que o fator principal que viria a impedir a prática da dança seria a

disponibilidade de tempo, enquanto 33,85% seriam impedidos por questões financeiras. No que diz respeito à distância, 35,6% dos respondentes não a consideraram como um fator predominante na escolha do local.

Na escolha das modalidades de dança o gênero ofertado pela *Urban Dance* aparece na segunda posição com 26%, com preferência por hip-hop e pode se somar a isso os 1,4% que manifestaram interesse em Street Dance, ficando assim com um total de 27,4% do interesse do público. Quanto ao valor a pagar 46,6% estão dispostas a gastar apenas R\$ 50 por mês, e cerca 20,5% do público atingido disse estar disposto a desembolsar até R\$ 75, esses dados foram decisivos na precificação dos serviços, pois é a partir dele que se pode identificar o quanto nossos futuros clientes podem pagar pelos serviços prestados.

Conforme os dados da pesquisa, se pode observar que o Estúdio tem grande possibilidade de se inserir no mercado. O Estúdio *Urban Dance* está localizado na área central da cidade, com lanchonete, praça pública e ponto de ônibus em frente ao local, com passagem de algumas linhas de transporte do município, tendo também proximidade a biblioteca municipal da cidade. Desse modo um de seus grandes pontos positivos é a localização, pois 49,32% dos respondentes da pesquisa consideram esses pontos como excelente.

Um percentual de 82,2% dos respondentes, apontam o *Facebook* como a rede social com maior índice de utilização, assim essa plataforma pode ser um canal de grande divulgação do Estúdio. Quanta a aula experimental grátis 64 do total dos respondentes afirmam ter interesse fazer uma aula no estúdio.

Foram indicadas algumas sugestões para a melhoria e uma melhor experiência para cada aluno, qual podem ser analisadas e algumas já implantadas no início das atividades da *Urban Dance*, outras serão levadas em conta para uma possível ampliação, as aulas para pessoas com algum tipo de deficiência são de grande interesse do Estúdio. Todavia percebe-se que para tal feito necessita-se de um maior aprofundamento em pesquisas, em questões relacionadas a fatores como: didática a ser utilizada, equipamentos, instalações necessárias para a maior comodidade, bem como a busca e contratação de profissionais capacitados para tal feito.

## 4.7 PLANO OPERACIONAL

### 4.7.1 Processos Produtivos

- Cadastro de clientes (matrícula).

Neste processo será realizada a matrícula dos alunos, onde os mesmos irão se direcionar à recepção. Na recepção a atendente poderá realizar o cadastro do aluno rapidamente por meio de um formulário, no qual serão levantados dados como nome, registro geral (RG), cadastro de pessoa física (CPF), data de nascimento e a escolha do horário para as aulas. Ainda no momento do cadastro o aluno terá que efetuar um pagamento relacionado ao valor da matrícula, podendo optar pelos métodos de pagamento em dinheiro ou no cartão, dessa forma concluindo a sua inscrição.

- Pagamentos mensais.

Neste processo o aluno se direciona à recepção e informa a atendente que deseja realizar o pagamento de sua mensalidade. A seguir a atendente pergunta qual será a forma de pagamento, podendo ser em dinheiro ou no cartão. Caso o aluno opte em realizar o pagamento em dinheiro à vista, após a efetuação do pagamento a atendente disponibiliza a ele um comprovante de pagamento. Se preferir realizar o pagamento com o cartão de crédito, a atendente efetua a operação na máquina, emitindo automaticamente um comprovante.

- Planejamento das aulas.

Esse processo consiste na reunião entre os professores para o planejamento de suas aulas, levando em consideração o nível de cada turma bem como as respectivas dificuldades, sendo assim o professor buscará por meio de estudos sejam eles digitais ou físicos a elaboração de novas coreografias que possam ser repassadas aos alunos, também pode ser levado em consideração desejos de cada turma por determinada coreografia de músicas de suas escolhas. No momento em que o professor tem a percepção da evolução de uma equipe cabe a ele avaliar a possibilidade de mudanças de movimentos mais simples para movimentos mais elaborados nas coreografias.

- Planejamento e criação de eventos.

A cada mês será realizado um evento onde acontecerá uma aula demonstrativa ao ar livre ou no estúdio, isso acontecerá em conjunto com

propagandas veiculadas em diversos meios de comunicação, o objetivo dessas ações é criar uma familiaridade dos possíveis interessados com o estúdio e com os alunos já frequentadores do estúdio de dança, para que dessa forma sejam criados vínculos que dificultem um possível afastamento daquele indivíduo que der início às aulas. Nesses eventos serão realizados cadastros de e-mails daqueles interessados, em que serão encaminhados as ofertas e os eventos, que possam agradá-los, tudo isso com o objetivo de alcançar novos alunos à *Urban Dance*

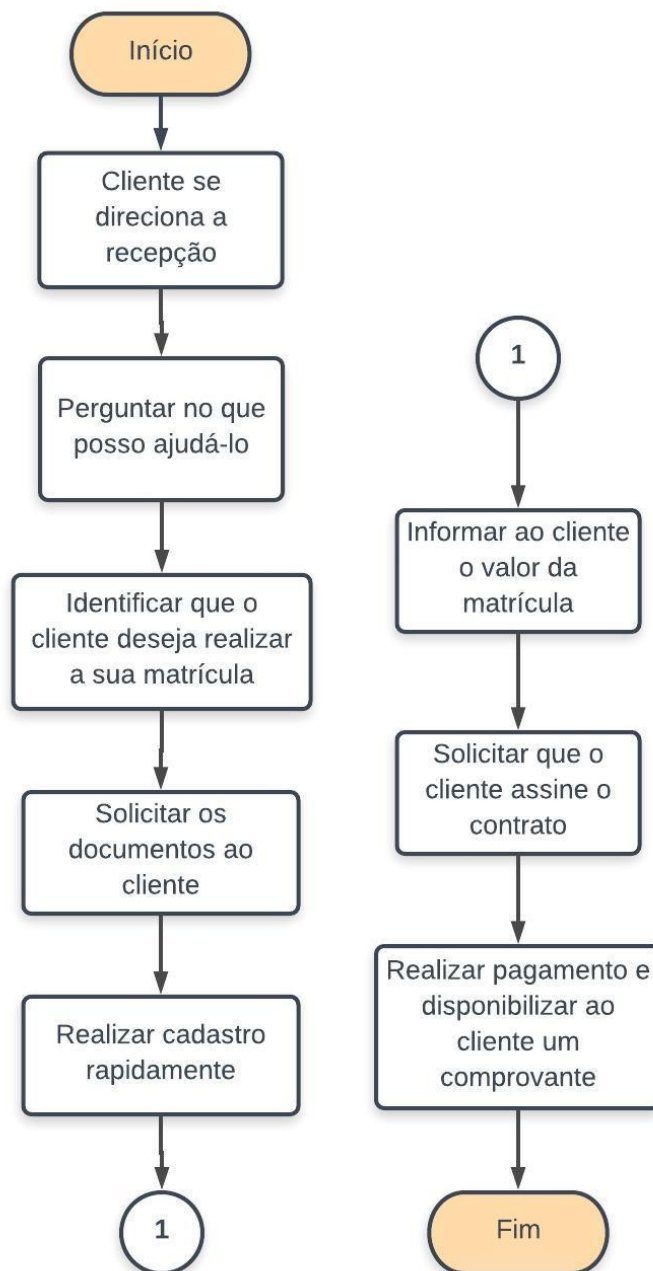
➤ Propaganda e Promoção.

Elaboração de propaganda e promoção objetivando o maior alcance das ações desenvolvidas pela *Urban Dance* bem como a fixação da marca no mercado, para isso se faz necessário um maior conhecimento do público alvo para assim direcionar propagandas de formas mais eficiente e de maneira mais econômica seja por mídias on-line ou outros tipos de mídia. Tendo esse conhecimento busca-se uma maior eficácia das ações com a criação de campanhas publicitárias que causem impacto e chamando assim a atenção do público alvo para ações realizadas pelo estúdio.

#### 4.7.2 Fluxograma dos processos principais

##### 4.7.2.1 Cadastro De Clientes (Matrícula)

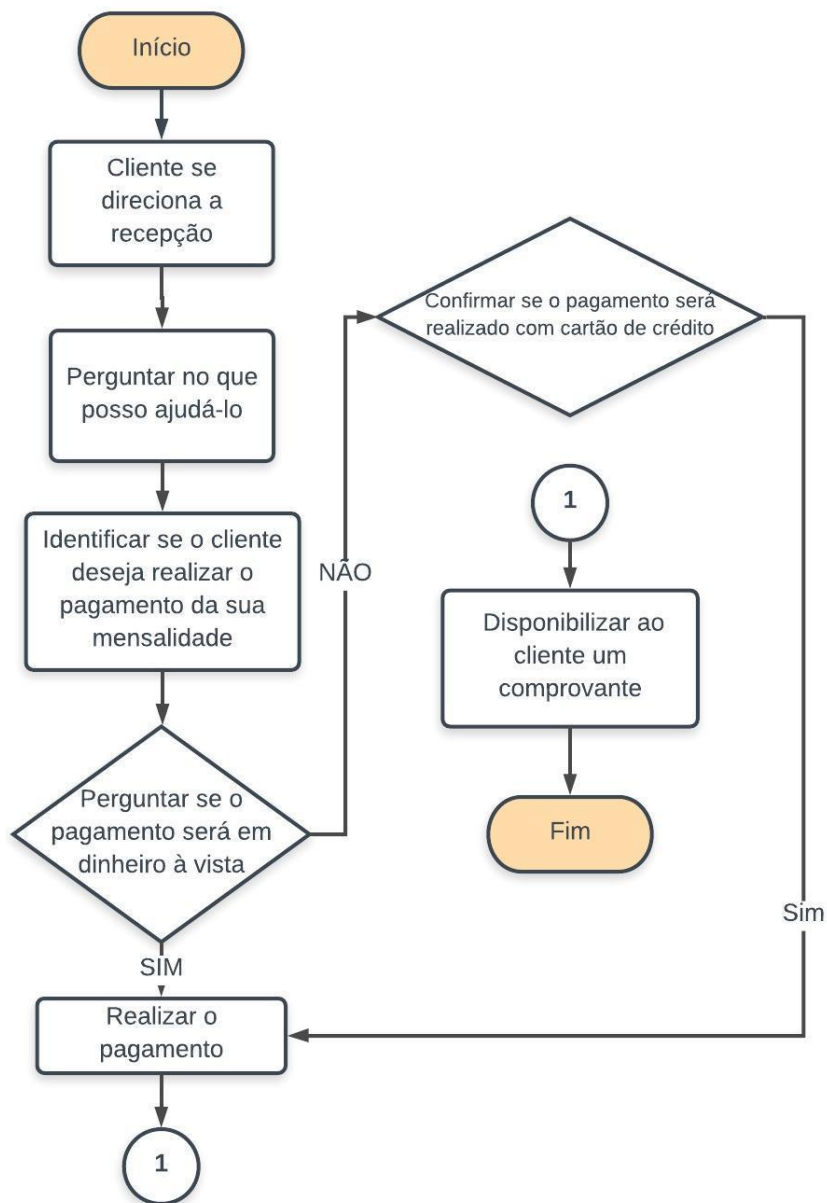
FIGURA 17 - FLUXOGRAMA CADASTRO DE CLIENTES



FONTE: os autores (2018).

#### 4.7.2.2 Pagamentos Mensais

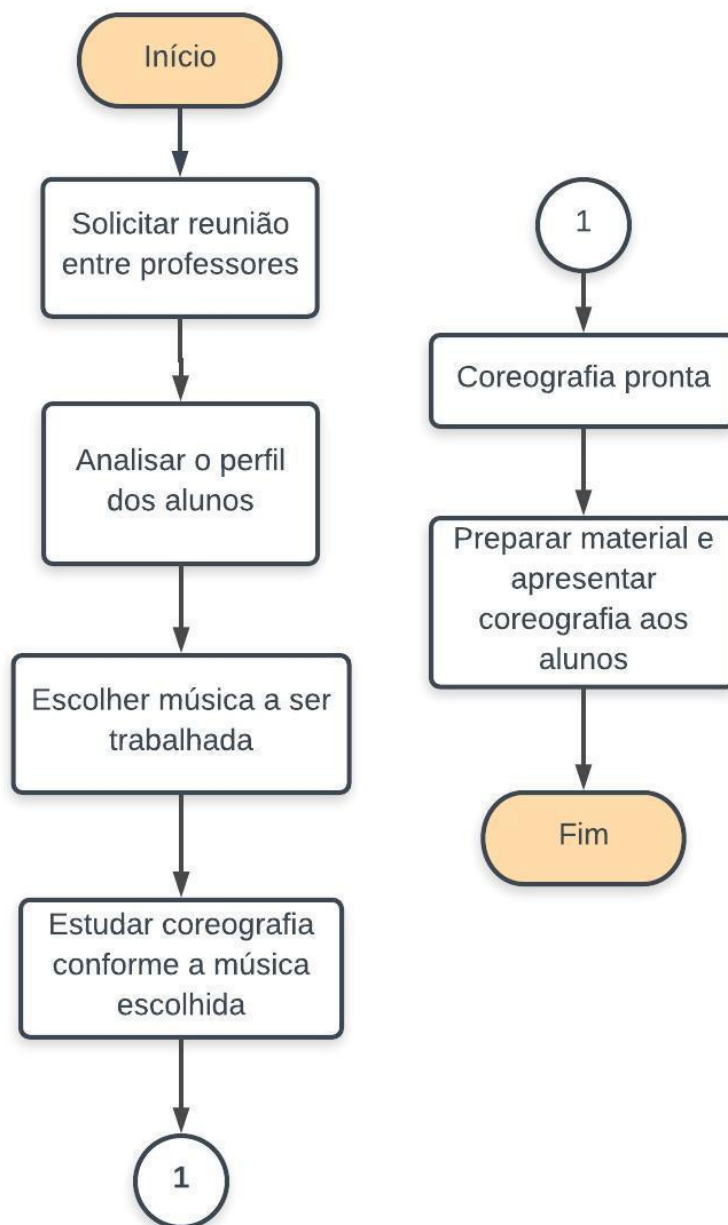
FIGURA 18 - FLUXOGRAMA PAGAMENTOS MENSAIS



FONTE: Os autores (2018).

## 4.7.2.3 Planejamento das aulas.

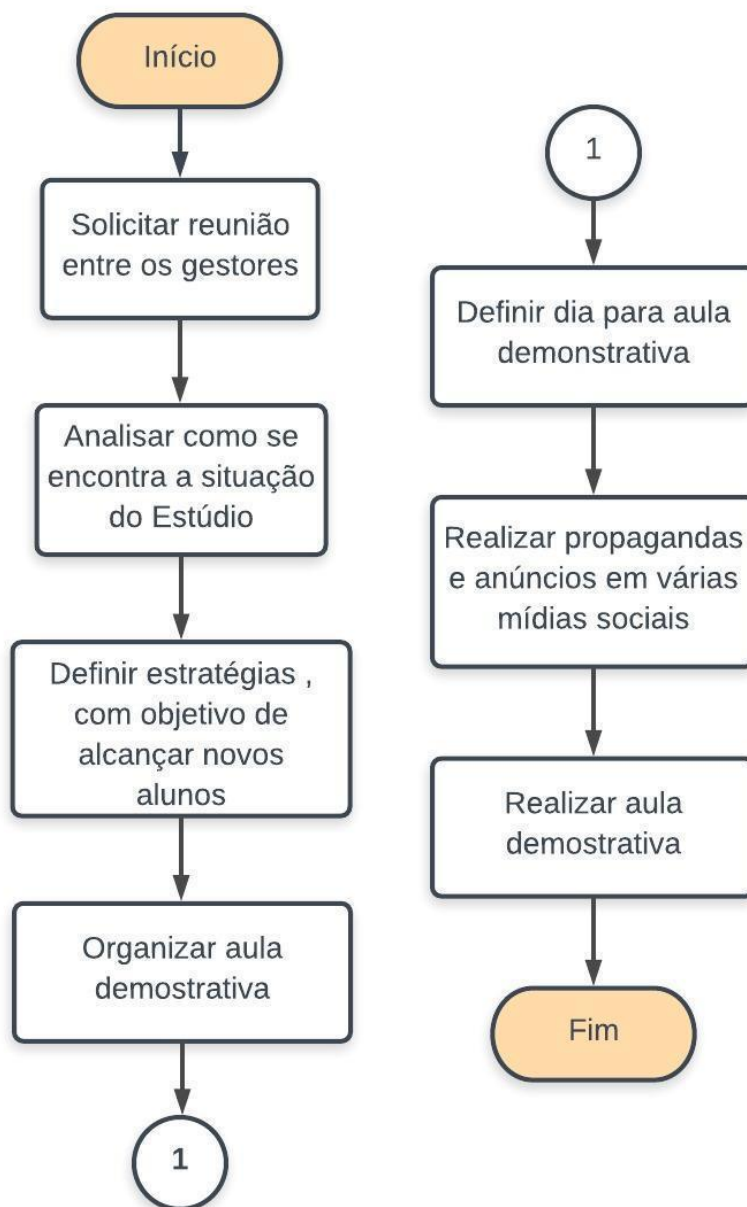
FIGURA 19 - FLUXOGRAMA PLANEJAMENTO DAS AULAS



FONTE: Os autores (2018).

#### 4.7.2.4 Planejamento e criação de eventos.

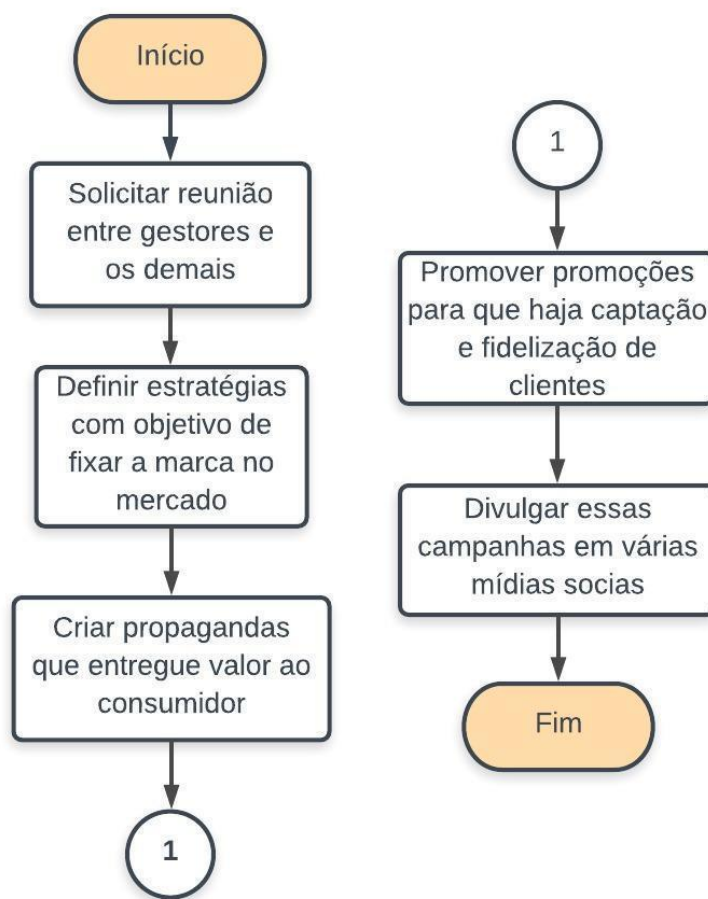
FIGURA 20 - FLUXOGRAMA PLANEJAMENTO E CRIAÇÃO DE EVENTOS



FONTE: Os autores (2018).

#### 4.7.2.5 Propaganda e Promoção

FIGURA 21 - FLUXOGRAMA PROPAGANDA E PROMOÇÃO



FONTE: Os autores (2018)

#### 4.7.3 Modelo de Transformação

##### 4.7.3.1 Cadastro de clientes (matrícula)

QUADRO 24 – CADASTRO DE CLIENTES

<i>INPUT</i>	Processo de Transformação	<i>OUTPUT</i>
Recursos transformados: informações, papel, sistema de informação. Recursos de transformação: Instalações - Computador, Pessoal - Atendente.	Cadastro de clientes (matrícula)	Clientes cadastrados

FONTE: Os autores (2018).

## 4.7.3.2 Pagamentos mensais

QUADRO 25 – PAGAMENTOS MENS AIS

<i>INPUT</i>	Processo de Transformação	<i>OUTPUT</i>
<i>Recursos transformados:</i> <i>Informação - Carnê,</i> <i>Dinheiro, Cartão de crédito.</i>  <i>Recursos de transformação:</i> <i>Pessoal - Atendente,</i> <i>Instalações - Máquina de</i> <i>cartão, Computador.</i>	Pagamentos mensais.	Mensalidade paga

FONTE: Os autores (2018).

## 4.7.3.3 Planejamento das aulas

QUADRO 26 – PLANEJAMENTO DAS AULAS

<i>INPUT</i>	Processo de Transformação	<i>OUTPUT</i>
Recursos transformados: Informação - Música,  Recursos de transformação: Instalações - Aparelho de som, Pessoal - professor.	Planejamento das aulas.	Aula pronta para ser apresentada aos alunos.

FONTE: Os autores (2018).

#### 4.7.3.4 Planejamento e criação de eventos

QUADRO 27 – PLANEJAMENTO E CRIAÇÃO DE EVENTOS

<i>INPUT</i>	Processo de Transformação	<i>OUTPUT</i>
Recursos transformados: Informação - internet, dados.  Recursos de transformação: Instalações - Computador, Pessoal - gestores e professores.	Planejamento e criação de eventos.	Eventos realizados a fim de captar novos clientes

FONTE: Os autores (2018).

#### 4.7.3.5 Propaganda e Promoção

QUADRO 28 – PROPAGANDA E PROMOÇÃO

INPUT	Processo de Transformação	OUTPUT
<i>Recursos transformados:</i> Papel, Informação - Internet.  <i>Recursos de transformação:</i> Instalações - Computador Pessoal - gestores	Propaganda e Promoção	Captação e fidelização de clientes.

FONTE: Os autores (2018).

#### 4.7.4 Volume, variedade, variação da demanda, e visibilidade (Grau de contato com o consumidor)

O serviço de aulas ofertadas pela *Urban Dance* possui uma configuração de volume baixo, devido à baixa repetição, os funcionários participam mais do trabalho e também possui pouca sistematização. A variedade é alta pois as aulas podem ser flexíveis e atender as necessidades dos consumidores. A variação da demanda tende a ser baixa, sendo estável e rotineira devido às aulas. O contato com o consumidor tende a ser alto, tendo em vista que a satisfação é definida pelo consumidor e há a necessidade de habilidade de contato com o consumidor.

Referente aos processos, que serão realizados pela *Urban Dance*, pode-se observar ver as seguintes definições, referente ao volume, será alto para cadastros de cliente (matrícula) e pagamentos mensais, sendo assim, esses apresentam características que mostram alta repetibilidade, especialização, sistematização, capital intensivo e custo unitário baixo, já para planejamento das aulas, planejamento e criação de eventos e propaganda possuem característica de volume baixo mostrando assim baixa repetição, funcionários participam mais do trabalho, menor sistematização e custo unitário alto.

Referente a variedade, se percebe que planejamento das aulas, planejamento e criação de eventos e propaganda tem seus processos enquadrados como alto devido ao fato de possuírem características flexíveis, complexas, atendem as necessidades dos consumidores e podem possuir custo unitário alto, já cadastros de

cliente (matrícula) e pagamentos mensais se mostram classificados como baixo devido a fatores como processos bem definidos, padronizados, regulares e com baixo custo unitário.

Quando levado em consideração processo como a variação da demanda, se observa o planejamento e criação de eventos e propaganda com processo que se enquadrem como alto por possuírem capacidade mutante, antecipação, flexibilidade, ajustado à demanda e também custo unitário alto, já cadastro de clientes, pagamentos mensais e planejamento das aulas possuem processos caracterizados como baixo, pois mostram processos estáveis, rotineiros, previsíveis, alta utilização e podem possuir custo unitário baixo.

Com relação aos processos, de visibilidade ou contato com o consumidor, observa-se que tais processos, de pagamentos mensais e planejamento das aulas, são enquadrados como alto, tendo em vista fatores como a tolerância à espera limitada, a satisfação definida pelo consumidor, necessita habilidade de contato com consumidor, variedade recebida ser alta e o custo unitário alto, já cadastro de clientes (matrícula), planejamento e criação de eventos e propaganda possuem processos caracterizados como baixo pois levam em consideração fatores como tempo padronizado entre a produção e o consumo, pouca habilidade de contato, alta utilização de funcionários, centralização e custo unitário baixo.

QUADRO 29 - VOLUME, VARIEDADE, VARIAÇÃO DE DEMANDA E VISIBILIDADE

	<b>Volume</b>	<b>Variedade</b>	<b>Variação da demanda</b>	<b>Visibilidade</b>
<b>Cadastro de clientes (matrícula).</b>	<i>Alto</i>	<i>Baixo</i>	<i>Baixo</i>	<i>Baixo</i>
<b>Pagamentos mensais.</b>	<i>Alto</i>	<i>Baixo</i>	<i>Baixo</i>	<i>Alto</i>
<b>Planejamento das aulas.</b>	<i>Baixo</i>	<i>Alto</i>	<i>Baixo</i>	<i>Alto</i>
<b>Planejamento e criação de eventos.</b>	<i>Baixo</i>	<i>Alto</i>	<i>Alto</i>	<i>Baixo</i>
<b>Propaganda.</b>	<i>Baixo</i>	<i>Alto</i>	<i>Alto</i>	<i>Alto</i>

FONTE: Os autores (2018).

#### 4.7.5 Projeto

##### 4.7.5.1 Loja de serviços

Loja de Serviços são caracterizados por alto nível de contato com o consumidor, poder de decisão e customização. Dessa forma o Estúdio *Urban Dance* se caracteriza pelo processo loja de serviços, onde identificam alto nível de contato com o cliente, sendo possível ocorrer customização, liberdade de decisão e volume de clientes. O alto nível de contato com o cliente é a maior característica do Estúdio, pois ocorre desde o momento da matrícula, efetuação do pagamento, até a aula de dança sobre isso exemplifica Slack, Chambers e Johnston (2002, p. 132),

Lojas de serviços são caracterizadas por níveis de contato com o cliente, customização, volumes de clientes e liberdade de decisão do pessoal, que as posiciona entre os extremos do serviço profissional e de massa. O serviço é proporcionado por meio de combinações de atividades dos escritórios da linha de frente e da retaguarda, pessoas e equipamentos e ênfase no produto/processo.

Se vê também que embora o cliente efetue uma compra de um produto ou serviço padronizado ele passa a ser influenciado pelo pessoal da linha de frente os quais possuem certo treinamento para aconselhar os clientes durante todo o processo da efetivação de uma compra, reconhecendo as necessidades e procurando atender dentro das possibilidades os gostos do cliente como mostra Slack, Chambers e Johnston (2002, p. 132),

O cliente está essencialmente comprando um produto relativamente padronizado, mas será influenciado pelo processo de venda, que pode ser customizado no sentido de que as necessidades dos clientes individuais são diagnosticadas e atendidas, dentro dos limites da gama de produtos da operação.

#### 4.7.6 Arranjo físico

Arranjo físico é aquilo que se percebe logo na entrada em uma unidade produtiva, ele é o processo de definição e alocação dos espaços, máquinas, moveis, pessoas e materiais dentro de uma operação produtiva, é ele que definirá os espaços que serão ocupados bem como locais para movimentação das pessoas conforme mostra Slack, Chambers e Johnston (2002, p. 200),

O arranjo físico de uma operação produtiva preocupa-se com o posicionamento físico dos recursos de transformação. Colocado de forma simples, definir o arranjo físico é definir onde colocar todas as instalações, máquinas, equipamentos e pessoal da produção. O arranjo físico é uma das características mais evidentes de uma operação produtiva porque determina sua “forma” e aparência. É aquilo que a maioria de nós notaria em primeiro lugar quando entrasse pela primeira vez em uma unidade produtiva.

#### 4.7.7 Processo

O empreendimento se identifica com o arranjo físico por processo, onde se encontram processos similares próximos ou separados por determinada área de processo. No Estúdio esses processos serão organizados da seguinte forma, matrícula, pagamento e agendamento devem ocorrer na recepção, e a aula nas salas indicadas.

## 4.7.8 Equipamentos necessários

QUADRO 30 - EQUIPAMENTOS ESTÚDIO *URBAN DANCE*

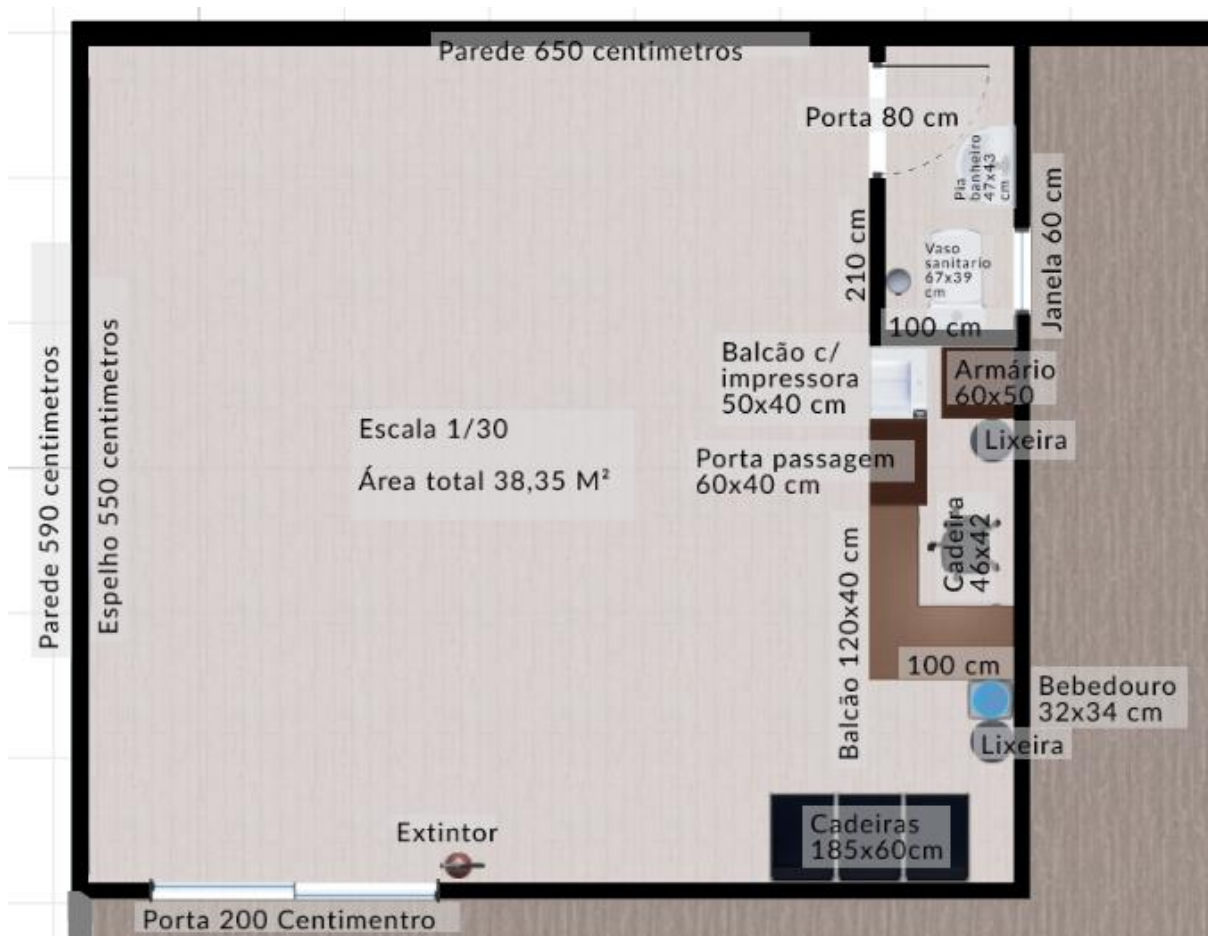
EQUIPAMENTOS	MÓVEIS	OUTROS
1 COMPUTADOR	1 MESA (RECEPÇÃO)	1 ESPELHO GRANDE
1 IMPRESSORA	4 CADEIRAS	1 BEBEDOURO
1 MÁQUINA DE CARTÃO		3 LIXEIRAS
1 ROTEADOR		4 TOALHAS
2 APARELHOS DE SOM		PAPEL SULFITE
1 TELEFONE		CANETAS
2 VENTILADORES		REVISTAS
1 EXTINTOR		PAPEL HIGIÊNICO

FONTE: Os autores (2018).

## 4.7.9 Planta baixa do empreendimento

Localização: Rua dos Expedicionários, 326, Sala 04, Campo Grande, Paranaguá-PR.

FIGURA 22 - PLANTA BAIXA



FONTE: Space Designer 3D (2018); Elaboração: Os autores (2018).

#### 4.7.10 Planejamento e controle da produção

Demanda dependente ocorre quando um processo depende de outros fatores para acontecer. No caso do Estúdio o seu foco é aula de dança, dessa forma a aula só acontecerá se houver um número considerável de alunos matriculados, portanto o Estúdio *Urban Dance* é caracterizado pela demanda dependente pois o cliente é determinante nesse processo.

A relação entre fornecimento e demanda se identifica pelo processo fazer contra pedido, o que significa que nesse sistema o serviço só começa a ser produzido após solicitado pelo consumidor. Desta forma no Estúdio o serviço (aula) só ocorrerá quando o cliente efetuar a matrícula, assim a produção e o consumo ocorre de imediato.

Para a *Urban Dance* quando levado em consideração o planejamento do sequenciamento das prioridades o que se mostra mais eficiente para a empresa é o sistema de data prometida tendo em vista que esse sistema de trabalho como o nome

já exemplifica, é a priorização da entrega de acordo com a data a qual foi prometida ao cliente, desta forma o estúdio trabalhara com as datas das aulas já estabelecidas com isso irá sequenciar a entrega do serviço ofertado de acordo com cada data prometida ao cliente.

A programação será para trás, pois ela precisa atender aos prazos agendados para cada aula, tendo assim seu início no exato momento ou horário que foi acordado com os consumidores desse serviço, também a programação será puxada sendo assim as aulas iniciarão com a chegada dos alunos nos horários já estabelecidos ou com a solicitação ou procura dos alunos pelas aulas para assim então ser dado início a esses trabalhos.

A capacidade de carregamento do estúdio será finito, devido a limitação de espaço do prédio no qual ele será instalado, limitando assim sua capacidade de alunos a cada aula, sendo assim torna-se necessário esta limitação de alunos para o bom andamento das aulas, serão realizadas turmas com 15 alunos sendo iniciadas com aulas iniciando as 09 e 10 horas pela manhã, as 15 e 16 horas pela tarde e as 19 e 20 horas pela noite.

#### 4.7.11 Sustentabilidade operacional

- Cadastro de clientes (matrícula)

No processo de cadastro de alunos uma medida sustentável a ser tomada será a de reutilizar a mesma folha, ou seja, quando possível utilizar os dois lados de uma folha no momento da impressão, dessa forma podendo evitar o desperdício de papel.

- Pagamentos mensais

Para esse processo alguns dos impactos que ocorrem são a utilização de energia elétrica para a utilização de computadores bem como máquinas de cartão de crédito assim como a utilização de papel para impressão de carnes e comprovantes de pagamento, para diminuir esses impactos pode se tomar ações para a diminuição do consumo de energia de como a criação de carnes e comprovantes de pagamentos eletrônicos os quais podem ser enviados ao celular dos clientes.

- Planejamento das aulas.

Nesse processo os impactos ambientais que podem ocorrer serão o uso de energia elétrica devido ao uso de computadores bem como o uso de papel e tinta para impressora, as ações que podem ser tomadas para a redução desse aspectos seriam

a reutilização de papéis bem como a aquisição de uma impressora que utilize a menor quantidade possível de tinta, evitando assim desperdícios bem como a troca frequente desses cartuchos, também encaminhar sempre que necessário esses cartuchos para a reutilização ou recarga evitando seu descarte.

- Planejamento e criação de eventos.

Nesse processo poderão ocorrer eventos ao ar livre e campanhas sobre a importância da sustentabilidade. Existe outro aspecto existente nas aulas, que seria a não utilização de copos descartáveis, ou seja, nesse processo cada aluno trará a sua própria caneca, assim evitando o uso irresponsável do plástico.

- Propaganda e Promoção.

Utilizar a área de propaganda para promover trabalhos voluntários com foco ambiental, podendo ocorrer parcerias com outros grupos voluntários. Divulgando assim princípios básicos como coleta seletiva, evitar o desperdício de água entre outras práticas.

## 4.8 PLANO FINANCEIRO

### 4.8.1 Investimentos iniciais

Para a percepção dos investimentos demandados para o abertura e manutenção da empresa no mercado competidor são levados em conta fatores como custos variáveis e fixos, análise da demanda e rendimento do município onde o empreendimento deseja ser instalado, também fluxo de caixa, estimativas de vendas entre outros fatores que possam interferir no bom andamento da empresa.

Se deve frisar que para o estudo desse empreendimento foi levado em consideração valores aproximados ao teto de faturamento para microempresas, sendo eles anual R\$ 360.000,00 o que mensalmente significa um valor de R\$30.000,00.

Para abertura da *Urban Dance* foram levados em consideração os gastos que são necessários para a constituição da empresa por completo no município de Paranaguá, sendo assim o gasto inicial referente ao investimento fixo para abertura do estúdio de dança totalizou R\$ 10.182,34, como mostra o Quadro 31.

QUADRO 31- INVESTIMENTOS FIXOS

<b>Investimento Fixo</b>		
Máquinas e equipamentos	R\$	3.912,55
Materiais de escritório	R\$	138,90
Obras de engenharia	R\$	591,00
Móveis e utensílios	R\$	4.189,89
Outros gastos	R\$	-
<b>Despesas de abertura</b>	<b>R\$</b>	<b>1.350,00</b>
<b>Total</b>	<b>R\$</b>	<b>10.182,34</b>

FONTE: Pesquisa de campo, organização dos autores (2018).

Os investimentos em máquinas e equipamentos necessitados para início das atividades do Estúdio de Dança *Urban Dance* são mostrados no Quadro 32, onde são demonstrados seus valores e sua quantidade, também traz o demonstrativo do valor total utilizado para a compra desses itens que totaliza o valor de R\$ 3.912,55.

QUADRO 32 – INVESTIMENTO FIXO EM MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Descrição	Quantidade	Preço	Total
Computador	1	1441,41	R\$ 1.441,41
impressora	1	284,91	R\$ 284,91
Televisão 39	1	1186,55	R\$ 1.186,55
bebedouro	1	199	R\$ 199,00
roteador	1	79,9	R\$ 79,90
Caixa de Som	2	330,99	R\$ 661,98
maquina cartão	1	58,8	R\$ 58,80
		<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 3.912,55</b>

FONTE: Pesquisa de campo, organização dos autores (2018).

Com materiais de escritório o Estúdio de dança obteve um gasto total para sua abertura de R\$ 138,90, conforme mostra o Quadro 33, esses materiais são de uso contínuo o que demanda sua reposição e compra periódica para manutenção do perfeito funcionamento do escritório/recepção do Estúdio de Dança.

QUADRO 33- MATERIAIS DE ESCRITÓRIO

Descrição	Quantidade	Preço	Total
Caneta	50	1,404494382022	R\$ 35,60
Papel	500	0,0478	R\$ 23,90
cartucho impressora		35,6	R\$ 35,60
Agenda	1	R\$ 15,90	R\$ 15,90
Grampeador	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Porta Treco	1	R\$ 7,90	R\$ 7,90
		<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 138,90</b>

FONTE: Pesquisa de campo, organização dos autores (2018).

O investimento fixo em móveis e utensílios, necessários pelo Estúdio de Dança, obteve o valor de R\$ 4.189,89, conforme mostra o Quadro 34, esses investimentos se fazem necessários para a instalação e manutenção da *Urban Dance*, pois vão desde espelhos para ser colocados nas paredes para proporcionar uma melhor experiência aos clientes até um simples sabão líquido da higienização das mãos.

QUADRO 34 - INVESTIMENTO FIXO EM MÓVEIS E UTENSÍLIOS

Descrição	Quantidade	Preço	Total
cadeira	1	97,62	R\$ 97,62
Mesa em L	1	195,9	R\$ 195,90
Cadeiras 3 lugares	1	186	R\$ 186,00
Armário	1	199,99	R\$ 199,99
Espelho 1,00x2,20	5	620	R\$ 3.100,00
Balde	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
Vassoura	2	R\$ 14,90	R\$ 29,80
Rodo	2	R\$ 13,40	R\$ 26,80
Pano de chão	10	R\$ 5,00	R\$ 50,00
Água sanitária 5 lt	4	R\$ 9,00	R\$ 36,00
Saco de lixo 5 litros	150	R\$ 0,22	R\$ 32,40
Lixeira Pequena	8	R\$ 18,90	R\$ 151,20
Rolo de papel Higiénico	16	R\$ 0,81	R\$ 12,96
Papel Toalha interfolha com 1000 uni	2	R\$ 6,85	R\$ 13,70
Sabonete Líquido 5 litros	1	R\$ 17,52	R\$ 17,52
		<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 4.189,89</b>

FONTE: Pesquisa de campo, organização dos autores (2018).

Os investimentos fixos em pré-operacional em obras de engenharia foram destinados R\$ 591,00, como mostra o Quadro 35, sendo que esse valor está dividido entre tinta para pintura, instalação de ventiladores e a compra de extintor de incêndio.

QUADRO 35 - INVESTIMENTO FIXO EM PRÉ OPERACIONAL EM OBRAS DE ENGENHARIA

Descrição	Quantidade	Preço	Total
Tinta para pintura do local	1	R\$ 254,00	R\$ 254,00
Extintores pó químico ABC	1	R\$ 99,00	R\$ 99,00
Ventiladores	2	R\$ 119,00	R\$ 238,00
			R\$ 591,00

FONTE: Pesquisa de campo, organização dos autores (2018).

Os investimentos fixos em pré-operacional em despesas de abertura, estão exemplificadas no Quadro 36, sendo que elas estão divididas entre mensalidade do

contador e despesas com contador, para abertura do empreendimento, sendo que o valor de R\$ 1.000,00 cobrado está incluso todas as taxas de abertura exemplo taxas de vistoria, junta comercial, alvará entre outras.

QUADRO 36 - INVESTIMENTO FIXO EM PRÉ OPERACIONAL EM DESPESAS DE ABERTURA

Descrição	Quantidade	Preço	Total
contador	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Abertura empresa contador (com taxas de Bombeiros. Prefeitura. Junta Comercial. Entre outras)	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1.350,00</b>

FONTE: Pesquisa de campo, organização dos autores (2018).

Analisando todos os gastos pode-se realizar uma projeção dos gastos fixos como mostra o Quadro 37, que são os gastos que o empreendimento possuirá ao longo dos anos, esses gastos independem da quantidade de vendas, permanecem inalterados, como exemplo aluguel, luz, contador, funcionário entre outros, esses valores continuam sendo necessário seu pagamento mês a mês independente de se o Estúdio de Dança possui boas vendas e boa procura ou não como exemplo para o ano de 2019 o Estúdio de Dança *Urban Dance* teria um custo fixo de R\$ 90.059,43, valor esse independente do volume de vendas.

QUADRO 37 - CUSTOS FIXOS ANUAIS

Custo fixo anual	
2019	R\$ 90.059,43
2020	R\$ 91.272,66
2021	R\$ 92.507,23
2022	R\$ 93.763,50
2023	R\$ 95.041,87
2024	R\$ 96.342,71
2025	R\$ 97.666,43
2026	R\$ 99.013,42
2027	R\$ 100.384,09
2028	R\$ 101.807,83

FONTE: Pesquisa de campo, organização dos autores (2018).

Para os custos variáveis, mensais, foram levados em consideração aspectos que podem variar ao longo do tempo. Neste caso foram utilizados os impostos sobre vendas o pró-labore e folha de pagamento de funcionários, como mostra o Quadro 38, esses custos apresentaram um valor mensal de R\$ 6.921,80.

QUADRO 38 - CUSTOS VARIÁVEIS

Custos Variáveis			
Serviço	Quantidade Vendida	Preço	Valor Venda
Imposto de pró-labore	3	11%	R\$ 594,00
Imposto sobre vendas	16200	11,20%	R\$ 1.034,40
Salários funcionários + imp.	2	R\$ 2.646,70	R\$ 5.293,40
		Total	R\$ 6.921,80

FONTE: Pesquisa de campo, organização dos autores (2018).

#### 4.8.2 Resultado operacional: Investimento em cenário otimista

Para esta pesquisa foram levados em consideração 3 (três) possíveis cenários que poderiam se apresentar ao Estúdio de dança *Urban Dance*, são eles:

- a) um otimista;
- b) um realista, e,
- c) um pessimista.

Todos esses cenários levando em consideração um público alvo dos 10 anos de idade aos 34 anos de idade, como mostrado em pesquisa, esse público poderá ser aumentado abrangendo um maior número de faixas etárias, tendo em vista que a pesquisa realizada apresentou como resultado um interesse de clientes com idades superiores aos pré-estabelecidos 34 anos.

Para a análise do cenário otimista, conforme Quadro 39, no qual a fatia projetada a ser alcançada do consumo total do município foi a de 4,68% desse total, valor esse estipulado tendo em vista o enquadramento jurídico da empresa no qual ela não pode auferir no ano faturamento superior a R\$ 360.000,00, sendo assim o Estúdio de Dança busca alcançar dos pouco mais de 573 mil reais mensais que rodam no mercado apenas uma pequena fatia de 4,68% desse total, o que por sua vez institui pouco menos de 27 mil reais mensais para o primeiro ano de funcionamento.

QUADRO 39 - CONSUMO TOTAL PROJETADO EM, EM R\$ 1,00 CONSTANTES A PREÇOS DE SETEMBRO DE 2018, DE 2019 A 2028

Variável	População Projetada	Consumo per capita SM	Consumo total	Consumo per capita RM	Consumo total	Consumo mensal
2019	63.259	107,24	6.783.932	108,74	6.878.900	573.241,71
2020	62.921	107,89	6.788.553	110,93	6.979.950	581.662,49
2021	62.672	108,54	6.802.642	113,17	7.092.351	591.029,25
2022	62.408	109,20	6.815.014	115,45	7.204.717	600.393,07
2023	62.136	109,86	6.826.408	117,77	7.317.790	609.815,81
2024	61.833	110,53	6.834.263	120,14	7.428.770	619.064,20
2025	61.490	111,20	6.837.515	122,56	7.536.351	628.029,22
2026	60.922	111,87	6.815.385	125,03	7.617.119	634.759,91
2027	60.319	112,55	6.788.797	127,55	7.693.619	641.134,95
2028	59.697	113,23	6.759.486	130,12	7.767.639	647.303,28

FONTE: IBGE; IPARDES, 2018. Projeções dos autores (2018).

Para o cenário otimista, se observam, conforme Quadro 40, as estimativas de vendas, custos fixos, custos variáveis, custos totais e resultado líquido, que mostram, sobre essas condições, os resultados líquidos positivos. Nesse contexto, desde o primeiro ano de atuação, com a projeção de pouco mais de 440 alunos mensais, os quais poderão ser divididos em, aproximadamente, 22 turmas de 20 alunos, com média de valor mensal de 60 reais.

QUADRO 40 - PROJEÇÕES CENÁRIO OTIMISTA

Ano	Estimativa de Vendas	Custos fixos	Custos Variáveis	Custos totais	Resultado Líquido
2019	R\$ 321.932,54	R\$ 90.059,43	R\$ 137.552,63	R\$ 227.612,06	R\$ 94.320,48
2020	R\$ 326.661,65	R\$ 91.272,66	R\$ 139.573,25	R\$ 230.845,91	R\$ 95.815,74
2021	R\$ 331.922,03	R\$ 92.507,23	R\$ 141.820,86	R\$ 234.328,09	R\$ 97.593,94
2022	R\$ 337.180,75	R\$ 93.763,50	R\$ 144.067,76	R\$ 237.831,26	R\$ 99.349,49
2023	R\$ 342.472,56	R\$ 95.041,87	R\$ 146.328,80	R\$ 241.370,67	R\$ 101.101,89
2024	R\$ 347.666,45	R\$ 96.342,71	R\$ 148.548,00	R\$ 244.890,71	R\$ 102.775,74
2025	R\$ 352.701,21	R\$ 97.666,43	R\$ 150.699,21	R\$ 248.365,64	R\$ 104.335,57
2026	R\$ 356.481,17	R\$ 99.013,42	R\$ 152.314,28	R\$ 251.327,70	R\$ 105.153,47
2027	R\$ 360.061,39	R\$ 100.384,09	R\$ 153.844,01	R\$ 254.228,10	R\$ 105.833,29
2028	R\$ 363.525,52	R\$ 101.807,83	R\$ 155.324,13	R\$ 257.131,96	R\$ 106.393,56

FONTE: IBGE; IPARDES, 2018. Projeções dos autores (2018).

Nesse cenário otimista, se pode ver que o valor do investimento começa a ser recuperado a partir do primeiro ano tendo em vista o baixo valor investido para o início do empreendimento o retorno desse valor a partir do segundo mês de funcionamento.

Já para a percepção do Valor Presente Líquido (VPL), que consiste no resultado da soma dos valores do fluxo de caixa com o desconto dos valores futuros norteados por uma taxa de desconto, essa que é denominada de taxa de atratividade, essa porcentagem de juros é obtida pelo valor que se pode ter aplicando o capital em outro tipo de investimento, exemplo é a poupança, que é aplicação mais fácil de ser realizada. Esta, que por sua vez, possui uma taxa de juros de 4,55% ao ano, sendo

assim o VLP, para esse cenário é de R\$ 785.036,08, e, a Taxa Interna de Retorno (TIR), taxa essa que indica até qual taxa se pode descontar um fluxo de caixa sem negativá-lo, para esse cenário é de 883,19%.

QUADRO 41 - FLUXO DE CAIXA OTIMISTA

Ano	Fluxo descontado o FAC	Fluxo acumulado
0	-R\$ 10.182,34	-R\$ 10.182,34
2019	R\$ 90.215,67	R\$ 80.033,33
2020	R\$ 87.657,44	R\$ 167.690,77
2021	R\$ 85.398,60	R\$ 253.089,37
2022	R\$ 83.151,38	R\$ 336.240,75
2023	R\$ 80.935,51	R\$ 417.176,26
2024	R\$ 78.694,86	R\$ 495.871,12
2025	R\$ 76.412,45	R\$ 572.283,58
2026	R\$ 73.659,93	R\$ 645.943,51
2027	R\$ 70.909,75	R\$ 716.853,26
2028	R\$ 68.182,82	R\$ 785.036,08

FONTE: IBGE; IPARDES (2018). Projeções dos autores.

#### 4.8.3 Resultado de investimento em cenário realista

Para a análise do cenário realista, conforme Quadro 42, no qual a fatia projetada a ser alcançada é a de 3,68%, o que por sua vez institui pouco mais de 21 mil reais mensais, para o primeiro ano de funcionamento.

Para este cenário, se vê, conforme, Quadro 42, as estimativas de vendas, custos fixos, custos variáveis, custos totais e resultado líquido, obteve-se sobre essas condições o resultados líquidos positivos nesse contexto desde o primeiro ano de atuação, tendo em vista que para obter esse resultado seriam necessários pouco mais de 351 alunos mensais divididos em aproximadamente 23 turmas de 15 alunos ou aproximadamente 17 turma com 20 alunos cada, todas essas simulações com média de valor mensal de 60 reais.

Para esse cenário se obteve um VPL de R\$ 454.368,04 e TIR de 513,22%.

QUADRO 42 - PROJEÇÕES CENÁRIO REALISTA

Ano	Estimativa de Vendas	Custos fixos	Custos Variáveis	Custos totais	Resultado Líquido
2019	R\$ 253.143,54	R\$ 90.059,43	R\$ 108.161,05	R\$ 198.220,48	R\$ 54.923,06
2020	R\$ 256.862,15	R\$ 91.272,66	R\$ 109.749,91	R\$ 201.022,57	R\$ 55.839,58
2021	R\$ 260.998,52	R\$ 92.507,23	R\$ 111.517,26	R\$ 204.024,49	R\$ 56.974,03
2022	R\$ 265.133,58	R\$ 93.763,50	R\$ 113.284,05	R\$ 207.047,55	R\$ 58.086,03
2023	R\$ 269.294,66	R\$ 95.041,87	R\$ 115.061,96	R\$ 210.103,83	R\$ 59.190,83
2024	R\$ 273.378,75	R\$ 96.342,71	R\$ 116.806,98	R\$ 213.149,69	R\$ 60.229,06
2025	R\$ 277.337,70	R\$ 97.666,43	R\$ 118.498,53	R\$ 216.164,96	R\$ 61.172,74
2026	R\$ 280.309,98	R\$ 99.013,42	R\$ 119.768,49	R\$ 218.781,91	R\$ 61.528,07
2027	R\$ 283.125,20	R\$ 100.384,09	R\$ 120.971,36	R\$ 221.355,45	R\$ 61.769,75
2028	R\$ 285.849,13	R\$ 101.807,83	R\$ 122.135,22	R\$ 223.943,05	R\$ 61.906,08

FONTE: IBGE; IPARDES (2018). Projeções dos autores (2018).

No cenário realista conforme Quadro 43 se pode ver que o valor do investimento começa a ser recuperado a partir também do primeiro ano o retorno desse valor se dá mais precisamente a partir do quarto mês de funcionamento.

QUADRO 43 - FLUXO DE CAIXA REALISTA

Ano	Fluxo descontado o FAC	Fluxo acumulado
0	-R\$ 10.182,34	-R\$ 10.182,34
2019	R\$ 52.532,82	R\$ 42.350,48
2020	R\$ 51.085,09	R\$ 93.435,57
2021	R\$ 49.854,56	R\$ 143.290,13
2022	R\$ 48.615,58	R\$ 191.905,71
2023	R\$ 47.384,28	R\$ 239.289,99
2024	R\$ 46.117,09	R\$ 285.407,07
2025	R\$ 44.801,21	R\$ 330.208,28
2026	R\$ 43.100,37	R\$ 373.308,65
2027	R\$ 41.386,57	R\$ 414.695,22
2028	R\$ 39.672,81	R\$ 454.368,04

FONTE: IBGE; IPARDES, (2018). Projeções dos autores.

#### 4.8.4 Resultado investimentos em cenário pessimista

Para a análise do cenário pessimista conforme Quadro 44, no qual a fatia projetada a ser alcançada é a de 2,68%, o que por sua vez institui pouco mais de 15 mil reais mensais para o primeiro ano de funcionamento.

Percebe-se nessas condições os resultados líquidos positivos para primeiro ano de atuação, tendo em vista que para obter esse resultado seriam necessários pouco mais de 256 alunos mensais divididos em aproximadamente 17 turmas de 15 alunos ou aproximadamente 12 turma com 20 alunos cada, todas essas simulações com média de valor mensal de 60 reais.

Para esse cenário se obteve um VPL de R\$ 123.699,99 e TIR de 143,74%.

QUADRO 44 - PROJEÇÃO EM CENÁRIO PESSIMISTA

Ano	Estimativa de Vendas	Custos fixos	Custos Variáveis	Custos totais	Resultado Líquido
2019	R\$ 184.354,53	R\$ 90.059,43	R\$ 78.769,46	R\$ 168.828,89	R\$ 15.525,64
2020	R\$ 187.062,66	R\$ 91.272,66	R\$ 79.926,56	R\$ 171.199,22	R\$ 15.863,44
2021	R\$ 190.075,01	R\$ 92.507,23	R\$ 81.213,65	R\$ 173.720,88	R\$ 16.354,13
2022	R\$ 193.086,41	R\$ 93.763,50	R\$ 82.500,34	R\$ 176.263,84	R\$ 16.822,57
2023	R\$ 196.116,77	R\$ 95.041,87	R\$ 83.795,13	R\$ 178.837,00	R\$ 17.279,77
2024	R\$ 199.091,05	R\$ 96.342,71	R\$ 85.065,95	R\$ 181.408,66	R\$ 17.682,39
2025	R\$ 201.974,20	R\$ 97.666,43	R\$ 86.297,84	R\$ 183.964,27	R\$ 18.009,93
2026	R\$ 204.138,79	R\$ 99.013,42	R\$ 87.222,71	R\$ 186.236,13	R\$ 17.902,66
2027	R\$ 206.189,00	R\$ 100.384,09	R\$ 88.098,71	R\$ 188.482,80	R\$ 17.706,20
2028	R\$ 208.172,74	R\$ 101.807,83	R\$ 88.946,30	R\$ 190.754,13	R\$ 17.418,61

FONTE: IBGE; IPARDES (2018). Projeções dos autores (2018).

No cenário pessimista conforme Quadro 45 se observa que o valor do investimento começa a ser recuperado a partir também do segundo ano o retorno desse valor se dá mais precisamente a partir do quarto mês de funcionamento.

QUADRO 45 - FLUXO DE CAIXA

Ano	Fluxo descontado o FAC	Fluxo acumulado
0	-R\$ 10.182,34	-R\$ 10.182,34
2019	R\$ 14.849,98	R\$ 4.667,64
2020	R\$ 14.512,73	R\$ 19.180,37
2021	R\$ 14.310,51	R\$ 33.490,88
2022	R\$ 14.079,79	R\$ 47.570,67
2023	R\$ 13.833,04	R\$ 61.403,71
2024	R\$ 13.539,31	R\$ 74.943,02
2025	R\$ 13.189,97	R\$ 88.132,99
2026	R\$ 12.540,80	R\$ 100.673,79
2027	R\$ 11.863,40	R\$ 112.537,19
2028	R\$ 11.162,80	R\$ 123.699,99

FONTE: IBGE; IPARDES (2018). Projeções dos autores (2018)

Já para o orçamento de vendas para início das atividades do Estúdio de Dança *Urban Dance*, optou-se por um cenário parecido ao apresentado no quadro pessimista, sendo assim, conforme mostra o Quadro 46, serão vendidas 270 vagas de aula, distribuídas em 18 turmas de 15 alunos.

QUADRO 46 - ORÇAMENTO DE VENDAS

Orçamento de Vendas			
Serviço	Quantidade Vendida	Preço	Valor Venda
AULAS	270	60,00	16.200,00
		Total	16.200,00

FONTE: Os autores (2018).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O cenário econômico atual tem se mostrado cada vez mais instável, o mercado é complexo, portanto, é necessário que haja um bom planejamento e gerenciamento para se manter nele. O grande desafio na criação de novas empresas é a inovação, visto que na atualidade é necessário elaborar novas tecnologias para que estas possam atingir os seus objetivos.

Desse modo o plano de negócio é essencial em uma empresa, pois é um instrumento que estuda o empreendimento e seus respectivos cenários, é ele quem vai direcioná-lo podendo dessa forma diminuir os riscos e as incertezas neles observadas.

O Estúdio *Urban Dance* é um projeto novo, pensado e idealizado como uma proposta de melhoria para cada indivíduo envolvido. Ele se apresenta como algo transformador, diferente do que se observa nos dias de hoje, tornando-se assim uma opção de lazer e entretenimento na cidade de Paranaguá.

Após cuidadosa análise, de todo o plano de negócio, pode-se entender a importância e impacto que esse novo empreendimento trará a todos os envolvidos, percebe-se as dificuldades apresentadas ao longo do trabalho e compreende-se que a realidade, na qual se desenvolveu o trabalho não será totalmente como planejado ao longo desse projeto.

Nesse sentido, o presente estudo buscou responder à questão do objetivo geral do trabalho: verificar a viabilidade na criação de um estúdio de danças urbanas no município de Paranaguá - PR, no bairro Campo grande. Após a apresentação de todas as informações, foi possível verificar que todos os objetivos do trabalho foram concluídos, e após análise de todos os dados entende-se que o projeto é viável. Conforme os cenários financeiros projetados, a viabilidade é apontada nas perspectivas realista, otimista e pessimista, indicando que o retorno do valor investido começa a ser recuperado a partir do segundo ano.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, C. M. *et al.* Um olhar sobre a prática da dança de salão. **Movimento e percepção**, v. 5, n. 6, 2005. Disponível em: <<http://ferramentas.unipinhal.edu.br/movimentoepercepcao/include/getdoc.php?id=153&article=41&mode=pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2018.

ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO. Censo 2010. **Paranaguá**. Disponível em: <[http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil\\_m/paranagua\\_pr#idh](http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/paranagua_pr#idh)>. Acesso em: 15 mai. 2018.

BRASIL. Lei Complementar n.123, de 14 de dez. de 2006. **Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Disposições Preliminares**. Presidência da República. Brasília, p. 1, dez. 2006. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/LCP/Lcp123.htm#art12](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp123.htm#art12)>. Acesso em: 02 out. 2018.

BRASIL. Lei n. 8.069, de 13 de jul. de 1990. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Disposições Preliminares. Presidência da República. Brasília, p. 1, jul. 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8069.htm)>. Acesso em: 02 out. 2018.

CENÁRIO da infância e adolescência no Brasil 2015. Disponível em: <[https://issuu.com/fundacaoabrinq/docs/livro-de-bolso-cenario-brasil\\_2014/23](https://issuu.com/fundacaoabrinq/docs/livro-de-bolso-cenario-brasil_2014/23)>. Acesso em: 10 nov. 2018.

CHURCHILL, G. A; PETER, J. P. **Marketing: Criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2000.

CONTABILIZEI. **Anexo 3 da Tabela do Simples Nacional - Serviços - 2018**. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/anexo-3-simples-nacional>>. Acesso em: 03 nov. 2018.

CONTABILIZEI. **Tabela do Simples Nacional - Completa - 2017**. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/tabela-simples-nacional-completa/>>. Acesso em: 03 nov. 2018.

CORPO DE BOMBEIROS. **Carga de incêndio nas edificações e áreas de risco - NPT 014**. Paraná, 2018. Disponível em: <<http://www.bombeiros.pr.gov.br/arquivos/File/BM7/NPT014Cargadeincendionasedificacoeseareasderiscoversao24outubro2018.pdf>>. Acesso em: 03 nov. 2018.

CORPO DE BOMBEIROS. **Código de Segurança Contra Incêndio e Pânico – CSCIP**. Paraná, 2018. Disponível em: <<http://www.bombeiros.pr.gov.br/arquivos/File/BM7/CSCIP.pdf>>. Acesso em: 03 nov. 2018.

CORPO DE BOMBEIROS. **Saídas de Emergência - NPT 011**. Paraná, 2016. Disponível em: <[http://www.bombeiros.pr.gov.br/arquivos/File/CSCIP2015/NPT\\_011\\_2016.pdf](http://www.bombeiros.pr.gov.br/arquivos/File/CSCIP2015/NPT_011_2016.pdf)>. Acesso em: 03 nov. 2018.

COSTA, M. P. **A dança do movimento hip-hop e o movimento da dança hip-hop.** Anais do III Fórum de Pesquisa Científica em Arte, Curitiba, 2005. Disponível em: <[http://www.embap.pr.gov.br/arquivos/File/anais3/mauricio\\_priess.pdf](http://www.embap.pr.gov.br/arquivos/File/anais3/mauricio_priess.pdf)>. Acesso em: 03 dez. 2018.

DIAS, R. G. **DANÇA DE RUA COMO MEIO DE DESENVOLVIMENTO PSICOMOTOR E SOCIAL DAS CRIANÇAS NA AULA DE EDUCAÇÃO FÍSICA.** 29 f. Trabalho de Graduação (Licenciatura em Educação Física) - Faculdade de Educação e Meio Ambiente, Ariquemes, 2016. Disponível em: <<http://repositorio.faema.edu.br:8000/bitstream/123456789/477/1/DIAS%2c%20R.%20G.%20-%20DAN%C3%87A%20DE%20RUA%20COMO%20MEIO%20DE%20DESENVOLVIMENTO%20PSICOMOTOR%20E%20SOCIAL%20DAS%20CRIAN%C3%87AS%20NA%20AULA%20DE%20EDUCA%C3%87%C3%83O%20F%C3%8DSICA.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2018.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios.** 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1971.

EARO, A. J. **História da dança.** 1987. Disponível em: <[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33721032/Historia\\_da\\_Danca.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1544563152&Signature=c55GbFcfvwUyYyF5Gz23OQAayY%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DHistoria\\_da\\_Danca.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33721032/Historia_da_Danca.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1544563152&Signature=c55GbFcfvwUyYyF5Gz23OQAayY%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DHistoria_da_Danca.pdf)>. Acesso em 02 dez. 2018.

ECA: **Estatuto da Criança e do Adolescente.** 2017. Disponível em: <[http://www.chegadetrabalho infantil.org.br/wp-content/uploads/2017/06/LivroECA\\_2017\\_v05\\_INTERNET.pdf](http://www.chegadetrabalho infantil.org.br/wp-content/uploads/2017/06/LivroECA_2017_v05_INTERNET.pdf)>. Acesso em: 13 mar. 2018.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios.** Revista de Administração de empresas da Universidade de São Paulo. São Paulo, v. 34, p. 05-28, abril/jun. 1999. Disponível em: <[http://www.dge.ubi.pt/msilva/oe\\_oge/empreendedorimo.pdf](http://www.dge.ubi.pt/msilva/oe_oge/empreendedorimo.pdf)>. Acesso em: 10 mar. 2018.

FOCHI, M. A. B. **Hip hop brasileiro.** Tribo urbana ou movimento social, p. 61-69, 2007. Disponível em: <[http://www.faapmba.net/revista\\_faap/revista\\_facom/facom\\_17/fochi.pdf](http://www.faapmba.net/revista_faap/revista_facom/facom_17/fochi.pdf)>. Acesso em: 23 abr. 2018.

FOLHA DE SÃO PAULO. **No Brasil, 42% não consomem cultura, aponta pesquisa.** Disponível em: <[ilustrada/2014/09/1521173-no-brasil-42-nao-consomem-cultura.shtml](http://ilustrada/2014/09/1521173-no-brasil-42-nao-consomem-cultura.shtml)>. Acesso em 10 jul. 2018.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FONTELLES. M. J; SIMÕES. M. G; FARIAS. S. H; FONTELLES. R. G. S. **Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa.** Disponível em:

<[https://cienciassaude.medicina.ufg.br/up/150/o/Anexo\\_C8\\_NONAME.pdf](https://cienciassaude.medicina.ufg.br/up/150/o/Anexo_C8_NONAME.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2017.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: ATLAS, 1999, 117 p.

HITT, M. A; IRELAN, D; HOSKISSON, R. E. **Administração estratégica: competitividade e globalização**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. 120 f. Dissertação (Graduação Tecnológica Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural) - Universidade Federal do Rio grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 03 abr. 2017.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. [s.l.: s.n.], 1991. p. 45.

\_\_\_\_\_. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: ATLAS, 1999, 128 p.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios da administração financeira**. São Paulo: Habra, 1997.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Ensino de Dança**. Disponível em: <<https://cnae.ibge.gov.br/?view=subclasse&tipo=cnae&versao=9.1.0&subclasse=8592901&chave=85929>>. Acesso em: 13 set. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Sinopse do Censo Demográfico**. Paraná, 2010. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?uf=41&dados=0>>. Acesso em: 23 abr, 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Sinopse por setores**. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/sinopseporsetores/?nivel=st>> Acesso em: 21 nov. 2018.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (IPARDES). **Base de Dados do Estado - BDEweb**. Paraná, 2018. Disponível em: <<http://www.ipardes.pr.gov.br/imp/index.php>>. Acesso em: 17 abr. 2018.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (IPARDES). **População Projetada**. Disponível em: <<http://www.ipardes.pr.gov.br/imp/index.php>>. Acesso em: 14 out. 2018.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro: ed. Prentice-Hall, 1999.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro: ed. Prentice-Hall, 2003.

KOTLER, P; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: *Pearson Prentice Hall*, 2006.

KUHN, I. N.; DAMA, R. A. Empreendedorismo e plano de negócios. Rio Grande do Sul: Unijuí, 2009. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/168/Empreendedorismo%20e%20plano%20de%20neg%C3%B3cios.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 21 nov. 2018.

\_\_\_\_\_. **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro: ed. Prentice-Hall, 2003.

LABAN, R. **Dança Educativa Moderna**. São Paulo: Ícone, 1990.

LINN, R. **Plano de marketing para o lançamento de linhas de shapes de skate para o mercado da região do litoral Centro-Norte de SC**, 67 f. Trabalho de conclusão de estagio apresentado a disciplina de estagio supervisionado - CAD 5236, Universidade Federal de Santa Catarina, área de concentração em marketing, Florianópolis, 2006. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/28562656-Universidade-federal-de-santa-catarina-renata-linn.html>>. Acesso em: 18 out. 2018.

MORESI, E. **Metodologia da Pesquisa**. Dissertação (Pós-graduação Stricto Sensu Em Gestão Do Conhecimento E Tecnologia Da Informação) - Pró-reitoria De Pós-graduação, Universidade Católica de Brasília, 2003. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/889693-Metodologia-da-pesquisa.html>>. Acesso em: 17 nov. 2018.

NOGUEIRA, R. **Elaboração e Análise de Questionários: Uma Revisão da Literatura Básica e a Aplicação dos Conceitos a um Caso Real**. 2002. 26 f. (Dissertação de Administração) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <<http://www.coppead.ufrj.br/upload/publicacoes/350.pdf>>. Acesso em: 09 mar. 2018.

PANORAMA de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe. Disponível em: <<http://www.fao.org/3/a-i7914s.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2018.

PIMENTEL, S. **O livro vermelho do Hip-hop**. In: COSTA, M. P. A dança do movimento hip-hop e o movimento da dança hip-hop. Anais do III Fórum de Pesquisa Científica em Arte, Curitiba, 2005. Disponível em: <[http://www.embap.pr.gov.br/arquivos/File/anais3/maurcio\\_priess.pdf](http://www.embap.pr.gov.br/arquivos/File/anais3/maurcio_priess.pdf)>. Acesso em: 03 dez. 2018.

REZENDE, C. S. **Despesas com a função saúde no município de Florianópolis no período de 2004 a 2008**. UFSC, Florianópolis, 2009.

ROSA, E. C. **A importância da gestão financeira**. ECR Consultoria e Treinamento Empresarial, 2010. Disponível em: <<https://www.ecrconsultoria.com.br/biblioteca/artigos/gestao-financeira/a-importancia-da-gestao-financeira>>. Acesso em: 03 dez. 2018.

SALIM, C.S. et al. **Construindo planos de negócio**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico**. IN: TORRES, P.M. Os primeiros 24 meses de uma empresa: um estudo de caso de uma distribuidora de chocolates. 2017. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/6/6139/tde-25072017-103713/en.php>>. Acesso em: 09 mar. 2018.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Lei Geral Das Micro E Pequenas Empresas**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 24 set. 2018.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Entenda o motivo do sucesso e do fracasso das empresas**. 2013. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/entenda-o-motivo-do-sucesso-e-do-fracasso-das-empresas,b1d31ebfe6f5f510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 16 nov. 2018.

SILVA, A. A. **Gestão financeira: um estudo acerca da contribuição da contabilidade na gestão do capital de giro das médias e grandes indústrias de confecções do estado do Paraná**. 2002. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-29042003-094202/publico/DISSERTACAOangelo.pdf>>. Acesso em: 03 dez. 2018.

SILVA, J. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. JusBrasil. Disponível em: <<https://jadisonsilva.jusbrasil.com.br/noticias/265045340/estatuto-da-crianca-e-do-adolescente-lei-n-8069-90-eca>>. Acesso em: 04 jun. 2018.

SIMPLES NACIONAL. **O que é Simples Nacional?** Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Documents/Pagina.aspx?id=3>>. Acesso em: 30 set. 2018.

SINDICATO DOS PROFISSIONAIS DE DANÇA (SPDRJ). **TABELA DE CACHÊS**. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<http://www.spdrj.com.br/tabela.php>>. Acesso em: 23 out. 2018.

SLACK, N; CHAMBERS, S; JOHNSTON, R. **Administração da Produção**. São Paulo: ATLAS, 2002.

TENÓRIO, Fernando G. **Gestão de ONGs: principais funções gerenciais**. Rio de Janeiro: FGV, 2001.

## APÊNDICE 1 - FORMULÁRIO DO QUESTIONÁRIO

### Plano de Negócio Estúdio *Urban Dance*

Esta é uma pesquisa de cunho acadêmico, assim o formulário destina-se a pessoas residentes no município de Paranaguá - PR, a qual tem como premissa investigar a viabilidade de implantação de um estúdio de dança urbana, referido estúdio tem o papel fundamental de agregar valores culturais e estilos personificados aos futuros clientes. Referida pesquisa é oriunda do trabalho de conclusão de curso dos estudantes do 8º semestre do curso de Gestão e Empreendedorismo da UFPR Litoral, sendo esta de caráter voluntário e anônimo, levando em consideração apenas os dados obtidos nas respostas dos pesquisados.

Você destinará pouco tempo para preencher o formulário, o qual será de grande valia para nossa conclusão de curso e futura implantação do estúdio de dança. Pedimos a sua colaboração com o nosso estudo e com o nosso município.

Ao iniciar o preenchimento do formulário você concorda em ser um de nossos respondentes.

Muito obrigado!

1 – Sexo: \*

- Masculino
- Feminino

2 – Faixa etária: \*

- Entre 10 a 14 anos.
- Entre 15 a 19 anos.
- Entre 20 a 24 anos.
- Entre 25 a 29 anos.
- Entre 30 a 34 anos.
- Entre 35 a 39 anos.
- Entre 40 a 44 anos.
- Entre 45 a 49 anos.
- Entre 50 a 54 anos.
- Mais de 55 anos.

3 – Você reside em Paranaguá? Se sim, em qual bairro? \*

4 – Você tem interesses ligados a: \*

- Cinema
- Gastronomia

- Teatro
- Dança
- Musica
- Outro:

5 - Qual o estilo de música de sua preferência? \*

- Pop
- Hip Hop
- Sertanejo
- Pagode
- Outro:

6 – Você pratica alguma modalidade de dança? Se sim, qual? \*

7 – Se sua alternativa foi não, você tem interesse em praticar alguma modalidade?

- Sim
- Não
- Talvez

8 – No caso de você ter optado por talvez, a respeito de praticar alguma modalidade de dança, o que te impediria?

- Questões financeiras.
- Disponibilidade de tempo.
- Outro:

9- Caso tenha algum interesse em praticar aulas de dança, qual a distância viável a percorrer para você? \*

- Menos de 1 km.
- De 1 a 4 km.
- De 5 a 8 km.
- Mais de 9 km.
- Independe a distância.

10 – No que se refere a questões financeiras, qual sua disponibilidade para gastar com entretenimento. Escolha dentre os graus de 0 a 10 de importância. Sendo que quanto mais próximo ao 0 diminui a importância e mais próximo a 10 aumenta a importância. \*

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

para nenhuma  
importância

para importância  
elevada

11 – Qual modalidade você teria interesse em praticar? \*

- Dança do ventre
- Hip Hip
- Dança de salão
- Ballet
- Ritmos (sertanejo, pagode, pop)
- Outro:

12 – Quanto você estaria disposto a pagar mensalmente por entretenimento e lazer?

\*

- R\$ 50.
- Até R\$ 65.
- Até R\$ 75.
- Até R\$ 100.
- Mais de R\$ 100.

13 – Quais redes sociais mais utiliza? \*

- Instagram.
- Facebook.
- Twitter.
- Nenhuma.
- Outro:

14 – O que acha de um estúdio de dança localizado na região central da cidade, com lanchonete e ponto de ônibus em frente onde, bem como linhas de transporte do município e proximidade a biblioteca municipal Mario Roque? \*

- Excelente.
- Muito Bom.
- Bom.
- Regular.
- Ruim.
- Não sei opinar.

15 – Estaria disposto a experimentar uma aula grátis de dança nesse estúdio? Se não, explique o motivo. \*

16. Indique uma sugestão que poderia contemplar suas expectativas sobre o estúdio de dança. \*



## ESTIMATIVA DE VENDAS

Ano	FLUXO ANUAL DE VENDAS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Estimativa de demanda										
Parcela do mercado crescente	59.697	60.319	60.922	61.490	61.833	62.136	62.408	62.672	62.921	63.235
Estimativa de vendas otimista	194.400,00	326.661,65	331.922,03	337.180,75	342.472,56	347.666,45	352.701,21	356.481,17	360.061,39	363.525,52
Parcela do mercado estavel	253.143,54	256.862,15	260.998,52	265.133,58	269.294,66	273.378,75	277.387,70	280.309,98	283.125,20	285.849,13
Estimativa de vendas estabilizadas										
Parcela do mercado decrescente	83.259	62.921	62.672	62.408	62.136	61.833	61.490	60.922	60.319	59.697
Estimativas de vendas pessimista	184.354,53	187.062,66	190.075,01	193.086,41	196.116,77	199.091,05	201.974,20	204.138,79	206.189,00	208.172,74
		69035829775796								

## ITENS DE CUSTO FIXO

Item de custo fixo	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Telefone/internet	1.078,80	1.078,80	1.078,80	1.078,80	1.078,80	1.078,80	1.078,80	1.078,80	1.078,80	1.078,80
Água	1.457,88	1.457,88	1.457,88	1.457,88	1.457,88	1.457,88	1.457,88	1.457,88	1.457,88	1.457,88
Luz	2.475,84	2.475,84	2.475,84	2.475,84	2.475,84	2.475,84	2.475,84	2.475,84	2.475,84	2.475,84
Aluguel	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00
Pro labore	64.800,00	65.939,39	67.098,81	68.278,61	69.479,17	70.700,83	71.943,97	73.208,97	74.496,21	75.806,05
Depreciação	1.646,91	1.646,91	1.646,91	1.646,91	1.646,91	1.646,91	1.646,91	1.646,91	1.646,91	1.675,86
Contador	4.200,00	4.273,85	4.349,00	4.425,47	4.503,28	4.582,46	4.663,03	4.745,03	4.828,46	4.913,36
Total	90.059,43	91.272,66	92.507,23	93.763,50	95.041,87	96.342,71	97.666,43	99.013,42	100.384,09	101.807,83

## DEPRECIÇÃO

TOTAL GERAL DEPRECIACAO em 5 anos	1.646,91
Depreciação por ano	329,38
Depreciação por mês	27,45

## CENÁRIOS

	Cenário de vendas mensais			Cenário de vendas anuais		
	Cenário Otimista	cenário Realista	Cenário Pessimista	Cenário Otimista	cenário Realista	Cenário Pessimista
2019	26.828	21.095	15.363	321.932,54	253.143,54	184.354,53
2020	27.222	21.405	15.589	326.661,65	256.862,15	187.062,66
2021	27.660	21.750	15.840	331.922,03	260.998,52	190.075,01
2022	28.098	22.441	16.091	337.180,75	265.133,58	193.086,41
2023	28.539	22.441	16.343	342.472,56	269.294,66	196.116,77
2024	28.972	22.782	16.591	347.666,45	273.378,75	199.091,05
2025	29.392	23.111	16.831	352.701,21	277.387,70	201.974,20
2026	29.707	23.359	17.012	356.481,17	280.309,98	204.138,79
2027	30.005	23.594	17.182	360.061,39	283.125,20	206.189,00
2028	30.294	23.821	17.348	363.525,52	285.849,13	208.172,74
		0,79	0,57			
	16.200	12.738	9.277			

## RESULTADO OPERACIONAL OTIMISTA (PARTE 1)

ANO	FLUXO DE RESULTADO OPERACIONAL DO PROJETO DE INVESTIMENTO				
	1	2	3	4	5
Estimativa de vendas	321.932,54	326.661,65	331.922,03	337.180,75	342.472,56
Custos fixos	90.059,43	91.272,66	92.507,23	93.763,50	95.041,87
Custos variáveis	137.552,63	139.573,25	141.820,86	144.067,76	146.328,80
Custos totais	227.612,06	230.845,91	234.328,09	237.831,26	241.370,67
Resultado liquido	94.320,48	95.815,74	97.593,94	99.349,48	101.101,89
	29%	29%	29%	29%	30%
				taxa de atratividade	4,55%
ANO	0	1	2	3	4
Fluxo nominal	-10.182,34	94.320,48	95.815,74	97.593,94	99.349,48
Fator de capitalização (FAC)	1,0000	1,0455	1,0931	1,1428	1,1948
Fluxo descontado	-10.182,34	90.215,67	87.657,44	85.398,60	83.151,38
Fluxo acumulado	-10.182,34	80.033,33	167.690,77	253.089,37	336.240,75
VPL		785.036,08			
Taxa Interna de Retorno (TIR)		883,19%			

## RESULTADO OPERACIONAL OTIMISTA (PARTE 2)

RESULTADO EM CENÁRIO OTIMISTA					
6	7	8	9	10	
347.666,45	352.701,21	356.481,17	360.061,39	363.525,52	
96.342,71	97.666,43	99.013,42	100.384,09	101.807,83	
148.548,00	150.699,21	152.314,28	153.844,01	155.324,13	
244.890,72	248.365,64	251.327,70	254.228,10	257.131,96	
102.775,74	104.335,57	105.153,47	105.833,29	106.393,56	
30%	30%	29%	29%	29%	
5	6	7	8	9	10
101.101,89	102.775,74	104.335,57	105.153,47	105.833,29	106.393,56
1,2492	1,3060	1,3654	1,4276	1,4925	1,5604
80.935,51	78.694,86	76.412,45	73.659,93	70.909,75	68.182,82
417.176,26	495.871,12	572.283,58	645.943,51	716.853,26	785.036,08

## RESULTADO OPERACIONAL REALISTA (PARTE 1)

ANO	FLUXO DE RESULTADO OPERACIONAL DO PROJETO DE INVESTIMENTO				
	1	2	3	4	5
Cenário Realista	253.143,54	256.862,15	260.998,52	265.133,58	269.294,66
Custos fixos	90.059,43	91.272,66	92.507,23	93.763,50	95.041,87
Custos variáveis	108.161,05	109.749,91	111.517,26	113.284,05	115.061,96
Custos totais	198.220,47	201.022,57	204.024,48	207.047,55	210.103,83
Resultado líquido	54.923,07	55.839,59	56.974,03	58.086,03	59.190,83
	21,696%	21,739%	21,829%	21,908%	21,980%
			taxa de atratividade		4,55%
ANO	FLUXO DE CAIXA DO PROJETO DE INVESTIMENTO EM C				
	0	1	2	3	4
Fluxo nominal	-10.182,34	54.923,07	55.839,59	56.974,03	58.086,03
Fator de capitalização (FAC)	1,0000	1,0455	1,0931	1,1428	1,1948
Fluxo descontado	-10.182,34	52.532,82	51.085,09	49.854,56	48.615,58
Fluxo acumulado	-10.182,34	42.350,48	93.435,57	143.290,13	191.905,71
VPL	454.368,04				
Taxa Interna de Retorno (TIR)	513,22%				

## RESULTADO OPERACIONAL REALISTA (PARTE 2)

RESULTADO EM CENÁRIO REALISTA					
6	7	8	9	10	
273.378,75	277.337,70	280.309,98	283.125,20	285.849,13	
96.342,71	97.666,43	99.013,42	100.384,09	101.807,83	
116.806,98	118.498,53	119.768,49	120.971,36	122.135,22	
213.149,69	216.164,95	218.781,91	221.355,45	223.943,04	
60.229,06	61.172,75	61.528,06	61.769,75	61.906,09	
22,031%	22,057%	21,950%	21,817%	21,657%	
					Página 3
CENÁRIO REALISTA					
5	6	7	8	9	10
59.190,83	60.229,06	61.172,75	61.528,06	61.769,75	61.906,09
1,2492	1,3060	1,3654	1,4276	1,4925	1,5604
47.384,28	46.117,09	44.801,21	43.100,37	41.386,57	39.672,81
239.289,99	285.407,07	330.208,28	373.308,65	414.695,22	454.368,04

## RESULTADO OPERACIONAL PESSIMISTA (PARTE 1)

ANO	FLUXO DE RESULTADO OPERACIONAL DO PROJETO DE INVESTIMENTO				
	1	2	3	4	5
Cenário Pessimista	184.354,53	187.062,66	190.075,01	193.086,41	196.116,77
Custos fixos	90.059,43	91.272,66	92.507,23	93.763,50	95.041,87
Custos variáveis	78.769,46	79.926,56	81.213,65	82.500,34	83.795,13
Custos totais	168.828,88	171.199,22	173.720,88	176.263,85	178.836,99
Resultado líquido	15.525,65	15.863,43	16.354,13	16.822,57	17.279,77
	1187%	1179%	1162%	1148%	1135%
			taxa de atratividade		4,55%
ANO	FLUXO DE CAIXA DO PROJETO DE INVESTIMENTO EM CEN				
	0	1	2	3	4
Fluxo nominal	-10.182,34	15.525,65	15.863,43	16.354,13	16.822,57
Fator de capitalização (FAC)	1,0000	1,0455	1,0931	1,1428	1,1948
Fluxo descontado	-10.182,34	14.849,98	14.512,73	14.310,51	14.079,79
Fluxo acumulado	-10.182,34	4.667,64	19.180,37	33.490,88	47.570,67
VPL	123.699,99				
Taxa Interna de Retorno (TIR)	143,74%				

## RESULTADO OPERACIONAL PESSIMISTA (PARTE 2)

CENÁRIO PESSIMISTA					
6	7	8	9	10	
199.091,05	201.974,20	204.138,79	206.189,00	208.172,74	
96.342,71	97.666,43	99.013,42	100.384,09	101.807,83	
85.065,95	86.297,84	87.222,71	88.098,71	88.946,30	
181.408,66	183.964,27	186.236,13	188.482,80	190.754,13	
17.682,38	18.009,93	17.902,66	17.706,20	17.418,61	
1126%	1121%	1140%	1165%	1195%	
CENÁRIO PESSIMISTA					
5	6	7	8	9	10
17.279,77	17.682,38	18.009,93	17.902,66	17.706,20	17.418,61
1,2492	1,3060	1,3654	1,4276	1,4925	1,5604
13.833,04	13.539,31	13.189,97	12.540,80	11.863,40	11.162,80
61.403,71	74.943,02	88.132,99	100.673,79	112.537,19	123.699,99

## VENDA ESTIMADA

	Cenário Otimista	Cenário Realista	Cenário Pessimista				
Fatia Projetada	26.827,71	21.095,29	15.362,88				
Venda dia	1.031,84	811,36	590,88				
					6 seg. qua. s'	70,00	
					6 terc. sext	60,00	
					6 sab	50,00	
					6		
					6		
					6		Media do valor do passaporte por dia
Fatia Projetada	26.827,71	21.095,29	15.362,88				
hora	171.9725116585	135.22624848	98.4799853087				
TOTAL ALUNO MENSAL	447.12853031209351	58824606256.047961803		total hora semanal	36	180,00	60,00
ALUNOS DIA	17.1972511658513.5226248489.84799853087			Media hora diaria	6,00		
ALUNOS POR HR	2.86620852764162.25377080811.64133308848			Media de R\$ por hora	10,00		
				total hora mensal	144		
				dias por mês	26	26	

## ANÁLISE DE VIABILIDADE (PARTE 1)

FLUXO DE CAIXA DE PROJETO DE INVESTIMENTO DO ESTUDIO DE DANÇA URBAN DANCE (R\$ MIL), T						
Periodo	0	1	2	3	4	5
Fluxo nominal	10.182,34	94.320,48	95.815,74	97.593,94	99.349,48	101.101,89
FAC	1,0000	1,0455	1,0931	1,1428	1,1948	1,2492
Fluxo Acumulado	10.182,34	80.033,33	167.690,77	253.089,37	336.240,75	417.176,26
FLUXO DE CAIXA DESCONTADO E ACUMULADO DO PROJETO DE INVESTIMENTO						
Periodo	0	1	2	3	4	5
Fluxo descontado o FAC	10.182,34	90.215,67	87.657,44	85.398,60	83.151,38	80.935,51
Fluxo acumulado	10.182,34	80.033,33	167.690,77	253.089,37	336.240,75	417.176,26
Payback		1 periodos				
FLUXO DE CAIXA DE PROJETO DE INVESTIMENTO DO ESTUDIO DE DANÇA URBAN DANCE (R\$ MIL), TAXA I						
Periodo	0	1	2	3	4	5
Fluxo nominal	10.182,34	54.923,07	55.839,59	56.974,03	58.086,03	59.190,83
FAC	1,0000	1,0455	1,0931	1,1428	1,1948	1,2492
Fluxo Acumulado	10.182,34	42.350,48	93.435,57	143.290,13	191.905,71	239.289,99
FLUXO DE CAIXA DESCONTADO E ACUMULADO DO PROJETO DE INVESTIMENTO						
Periodo	0	1	2	3	4	5
Fluxo descontado o FAC	10.182,34	52.532,82	51.085,09	49.854,56	48.615,58	47.384,28
Fluxo acumulado	10.182,34	42.350,48	93.435,57	143.290,13	191.905,71	239.289,99
Payback		1 periodos				

### ANÁLISE DE VIABILIDADE (PARTE 2)

TAXA DE DESCONTO POR PERÍODO E FLUXO DE CAIXA DESCONTADO				
6	7	8	9	10
102.775,74	104.335,57	105.153,47	105.833,29	106.393,56
1,3060	1,3654	1,4276	1,4925	1,5604
495.871,12	572.283,58	645.943,51	716.853,26	785.036,08

DO ESTUDO DE DANÇA URBAN DANCE OTIMISTA				
6	7	8	9	10
78.694,86	76.412,45	73.659,93	70.909,75	68.182,82
495.871,12	572.283,58	645.943,51	716.853,26	785.036,08

TAXA DE DESCONTO POR PERÍODO E FLUXO DE CAIXA DESCONTADO REALISTA				
6	7	8	9	10
60.229,06	61.172,75	61.528,06	61.769,75	61.906,09
1,3060	1,3654	1,4276	1,4925	1,5604
285.407,07	330.208,28	373.308,65	414.695,22	454.368,04

DO ESTUDO DE DANÇA URBAN DANCE REALISTA				
6	7	8	9	10
46.117,09	44.801,21	43.100,37	41.386,57	39.672,81
285.407,07	330.208,28	373.308,65	414.695,22	454.368,04

### ANÁLISE DE VIABILIDADE (PARTE 3)

FLUXO DE CAIXA DE PROJETO DE INVESTIMENTO DO ESTUDO DE DANÇA URBAN DANCE (R\$ MIL), TAXA DE						
Período	0	1	2	3	4	5
Fluxo nominal	10.182,34	15.525,65	15.863,43	16.354,13	16.822,57	17.279,77
FAC	1,0000	1,0455	1,0931	1,1428	1,1948	1,2492
Fluxo Acumulado	10.182,34	4.667,64	19.180,37	33.490,88	47.570,67	61.403,71

FLUXO DE CAIXA DE SCONTADO E ACUMULADO DO PROJETO DE INVESTIMENTO D						
Período	0	1	2	3	4	5
Fluxo descontado o FAC	10.182,34	14.849,98	14.512,73	14.310,51	14.079,79	13.833,04
Fluxo acumulado	10.182,34	4.667,64	19.180,37	33.490,88	47.570,67	61.403,71
Payback	2 períodos					

### ANÁLISE DE VIABILIDADE (PARTE 4)

TAXA DE DESCONTO POR PERÍODO E FLUXO DE CAIXA DESCONTADO PESSIMISTA				
6	7	8	9	10
17.682,38	18.009,93	17.902,66	17.706,20	17.418,61
1,3060	1,3654	1,4276	1,4925	1,5604
74.943,02	88.132,99	100.673,79	112.537,19	123.699,99

DO ESTUDO DE DANÇA URBAN DANCE PESSIMISTA				
6	7	8	9	10
13.539,31	13.189,97	12.540,80	11.863,40	11.162,80
74.943,02	88.132,99	100.673,79	112.537,19	123.699,99