



ETEC ORLANDO QUAGLIATO
ENSINO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Bianca Letícia dos Santos Cordeiro

Carlos Henrique Paula Maia

Gabriel Henrique Damasceno

Higor de Castro Carvalho

**Plano de Negócio: Abertura do *Last Dance Club*, voltado ao
lazer, em Bernardino de Campos/SP**

Bernardino de Campos-SP

2020

ETEC ORLANDO QUAGLIATO

Bianca Letícia dos Santos Cordeiro

Carlos Henrique Paula Maia

Gabriel Henrique Damasceno

Higor de Castro Carvalho

Plano de Negócio: Abertura do *Last Dance Club*, voltado ao lazer, em Bernardino de Campos/SP

Trabalho de conclusão de curso apresentado na disciplina de Planejamento de Trabalho de Conclusão de Curso como requisito básico para a apresentação de TCC do Curso de Técnico em Administração.

Orientador: Professor José Augusto Silva Rocha.

Bernardino de Campos-SP

2020

Bianca Letícia dos Santos Cordeiro
Carlos Henrique Paula Maia
Gabriel Henrique Damasceno
Higor de Castro Carvalho

**Plano de Negócio: Abertura do *Last Dance Club*, voltado ao
lazer, em Bernardino de Campos/SP**

Aprovada em _____/_____/_____

Conceito:-

Banca de validação:-

_____Presidente da Banca

Professor(a).....

ETC “Orlando Quagliato”

Orientador

Professor(a).....

ETC “Orlando Quagliato”

Professor(a).....

ETC “Orlando Quagliato”

Bernardino de Campos- SP

2020

Dedicamos este tempo de evolução intelectual a todos em que nos prestaram apoio consistente.

AGRADECIMENTOS

Ao nosso orientador, por todos os seus apontamentos competentes e precisos, correções, explicações diretas e objetivas, pois há tamanha relevância que sem esta parcela não teríamos concluído o presente trabalho.

A todos os professores desta instituição, que de acordo com sua maneira e métodos de ensino aprendizagem contribuíram fortemente para a elaboração da pesquisa, resultado de toda didática e absorção de conhecimento do curso.

Sem passar despercebido também, aos colegas de curso e grupo, pelo qual se esforçaram, dedicaram e alcançaram mais um degrau, até o momento.

 caminho para o desenvolvimento social e econômico – seja de um país ou de uma organização – passa necessariamente pela administração.

Idalberto Chiavenato.

RESUMO

Esta apresentação de trabalho de conclusão de curso é fruto de certa observação e investigação que fizemos em nosso limite de município, relacionada a atividades de lazer, já que a mesma, conceitualmente deixa de proporcionar a seus cidadãos em virtude de não contar com um clube onde teriam um local apropriado e destinado a diversos tipos de entretenimento, em especial um local de encontro de pessoas que curtissem dançar, ouvir música e participar de tais festas, em mesmas características. Além de essa atividade ser considerado um aspecto de lazer, também proporciona benefícios para uma vida mais saudável, pois exercita o físico do indivíduo, bem como contribui para a saúde mental. Portanto, analisando diversos e tais critérios, levantamos a hipótese de uma abertura de um clube de dança em Bernardino de Campos/SP.

Palavras-chave: Lazer. Benefícios. Relacionamentos sociais. Clube. Dança.

ABSTRACT

This presentation of the conclusion work is the result of an observation and investigation that shows practical leisure activities in our municipality limit, since, likewise, it conceptually fails to provide its citizens as a result of not having a club. where to use an appropriate place for different types of entertainment, especially a meeting place for people who enjoy dancing, listening to music and participating in such parties, in certain characteristics. In addition to this activity being considered a leisure aspect, it also offers benefits for a healthier life, as the physical or physical exercise of the individual, as well as contributes to mental health. Therefore, analyzing several and such requirements, we raised the hypothesis of an opening of a dance club in Bernardino de Campos / SP.

Keywords: Leisure. Benefits. Social relationships. Club. Dance.

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|----------------|----|
| Gráfico 1..... | 30 |
| Gráfico 2..... | 30 |
| Gráfico 3..... | 31 |
| Gráfico 4..... | 31 |
| Gráfico 5..... | 32 |

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 12 |
| 1.1 Objetivos..... | 13 |
| 1.2 Justificativa..... | 13 |
| 1.3 Metodologia..... | 14 |
| 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA..... | 16 |
| 2.1 Empreendedorismo..... | 16 |
| 2.2 Empreendedor..... | 17 |
| 2.3 Plano de Negócio..... | 17 |
| 2.4 Estrutura de um Plano de Negócios..... | 18 |
| 2.5 Plano de <i>Marketing</i> | 20 |
| 2.6 Plano Financeiro..... | 21 |
| 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA <i>LAST DANCE CLUB</i> | 23 |
| 3.1 Planejamento Estratégico do Negócio..... | 23 |
| 3.1.1 Missão..... | 23 |
| 3.1.2 Visão..... | 23 |
| 3.1.3 Valores..... | 23 |
| 3.2 Descrição do Empreendimento..... | 24 |
| 3.3 Produtos e serviços..... | 25 |
| 3.4 Análise de mercado..... | 25 |
| 3.4.1 Fatores Econômicos..... | 25 |
| 3.4.2 Fatores Socioculturais..... | 25 |
| 3.4.3 Fatores Políticos/Legais..... | 25 |
| 3.4.4 Fatores Tecnológicos..... | 26 |

| | |
|---|----|
| 3.4.5 Concorrência..... | 26 |
| 3.4.6 Fatores Internos..... | 26 |
| 3.5 Plano de Marketing..... | 26 |
| 3.5.1 Motivação do Negócio..... | 26 |
| 3.5.2 Análise Swot..... | 27 |
| 3.6 Aspectos de Mercado..... | 27 |
| 3.7 Plano Financeiro..... | 28 |
| 3.7.1 Aspectos Tributários..... | 28 |
| 3.7.2 Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições..... | 29 |
| 3.8 Apuração de Resultados – Entrevista..... | 30 |
| 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 33 |
| REFERÊNCIAS..... | 34 |
| ANEXOS..... | 35 |
| QUESTIONÁRIO..... | 35 |

1 INTRODUÇÃO

Compactua-se após diversas pesquisas analisadas, que lazer e entretenimento vêm adquirindo notoriedade em questões de estudos, conseqüentemente com investimentos em nosso país e aos arredores do mundo. Contribuindo desta forma, para o capital de giro globalizado e avanços tecnológicos.

Pode-se dizer que o lazer e entretenimento trazem os mais diversos e variados benefícios, tanto mentais, físicos, econômicos e um dos mais essenciais, os sociais.

Consequente, as casas noturnas e clubes têm crescido de forma significativa a sua procura em todo território nacional e internacional, pois os seres humanos são movidos ao prazer e diversão, psicologicamente descritos.

Estudos comprovam que dançar melhora tanto o sistema cardiovascular quanto aprimora a coordenação motora, além de proporcionar sensação de felicidade, através do despertar e estímulo dos hormônios responsáveis por essas emoções, posteriormente e automaticamente no momento em que tais atividades são realizadas.

Diante de tantos benefícios, a grandes investimentos nesses exemplares de entretenimento, conjuntando de grande aceitação por parte de milhares de brasileiros que frequentam esses determinados estabelecimentos aos fins de semanas em todo Brasil.

Portanto, a abertura de um clube voltado ao lazer é uma ótima opção de empreendedorismo na cidade, em vantagem que por sua vez, o município não possui grandes concorrentes, tendo em conta a exclusividade de clientes e amigos, presumindo um sucesso natural do negócio.

Para que esse investimento detenha-se de sucesso, é necessário a implementação de um Plano de Negócio, pois é a partir deste documento que poderá ser analisado e previsto o futuro de determinada empresa e conseqüentemente seu sucesso aderente na comunidade situada.

Ao analisarmos estes fatores, entramos em sociedade e demos início ao projeto do *Last Dance Club*, com a expectativa de agradar os cidadãos e gerar lucro em conta corrente para os sócios, sendo benéficas para ambas as partes: ativa e passiva.

1.1 Objetivos

Geral

Propor abertura de uma empresa que valorize cada vez mais o associado e o cliente, com serviços de excelências e espaço apropriados e seguro, visando o lazer e entretenimento de qualidade.

Específicos

Proporcionar integração social, lazer e entretenimento, num ambiente acolhedor e de boa qualidade.

Promover momentos de alegria e bem-estar, para plena satisfação de nossos associados e clientes.

Garantir condições para que o associado e cliente sinta-se seguro.

Buscar modernizar o clube de forma criativa e inovadora, trazendo o que há de melhor em equipamentos, designer e shows.

Implantar um código de regras restrito da empresa, no qual nossos funcionários tenha uma postura ética profissional, cumprindo estatutos sociais, regimento interno e obrigações legais vigentes.

1.2 Justificativa

Através de uma pesquisa realizada entre os dias 25 (vinte e cinco) de setembro ao dia 7 (sete) de outubro, na Praça da Matriz na cidade de Bernardino de Campos, interior do estado de São Paulo, foram entrevistadas cerca de 100 (cem) pessoas, com idade mínima de 16 (dezesesseis) anos, e

feitas cinco perguntas com relação a possível abertura de um clube de entretenimento na cidade e o que elas possuíam de interesse referente à ideia, a pesquisa durou cerca de cinco horas e, obtiveram-se resultados importantes.

Assim, através desses resultados notou-se a carência de algum tipo de entretenimento como o proposto, a abertura de um clube traria bons resultados e também aumentaria o fluxo de pessoas na cidade aos finais de semana já que através de análise e pesquisa observou-se que as grandes maiorias das pessoas que saem aos finais de semana se deslocam a cidades vizinhas à procura de lazer e entretenimento, causando desconfortos e colocando em risco vidas e rotinas, em um possível acidente perante determinadas circunstâncias.

Entende-se que por esse motivo estas pessoas sentem a necessidade de um lugar que proporcione a elas momentos, diversão, comodidade, praticidade, segurança, qualidade de serviço e diferenciação, o que se resume a tudo o que a *Last Dance Clube* terá para oferecer aos seus clientes, sócios e fornecedores.

1.3 Metodologia

Através de uma pesquisa de campo realizada em nossa cidade, obtivemos um resultado muito expressivo da carência em relação a se ter um estabelecimento voltado para lazer e entretenimento que visa o público jovem e adulto sem classe econômica estipulada de caráter obrigatório.

Diante dos resultados obtidos realizou-se uma pesquisa a partir de fontes confiáveis, buscamos a partir de artigos e textos já publicados na internet a viabilidade de abertura do estabelecimento, contendo os prós e contras que essa atitude e tomada de decisão ocasionarão no cenário econômico.

Obteve-se também como forma de pesquisa, observações realizadas no decorrer de um delimitado tempo, onde se constatou uma boa aceitação por parte do possível público-alvo, característica essa de extrema relevância para o

negócio fluir devidamente, condizendo com as expectativas expressas ao se elaborar um Plano de Negócios.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo é uma das características mais ressaltantes do mundo globalizado em que vivemos. O comércio e o capital desde os tempos remotos, dando início ao mercantilismo, possuem fortes demandas e fortalecem o capitalismo corrosivo atual.

“O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade.” (Hisrich & Peter, 2004, p. 33).

A sede de inovação em mentes brasileiras ainda é muito discutida, ficando para trás no ranking, apenas pela procura, que parte dos clientes, público para ideias de aproveitamento dos negócios.

Na concepção de Leite (2000), conceitua-se empreendedorismo em uma criação de valor por pessoas e organizações trabalhando juntas para programar uma ideia por meio da aplicação da criatividade, capacidade de transformar e o desejo de tomar aquilo que comumente se chamaria de risco.

Inovar e empreender em um mundo capitalista é terminantemente um dos planos mais consistentes que existem, pois em vista planejada, o sucesso de um empreendimento, ou solidificação de um projeto valioso pode estar garantido.

Para que isso ocorra, fica evidente a necessidade de um planejamento, baseado em um fundamento teórico realista, podendo jamais ser utópico. Atitudes de pessoas com perseverança e carregadas de autenticidade, formam um conjunto preparado para tal feito.

2.2 Empreendedor

O indivíduo que busca ter sucesso em um empreendimento está sempre disposto e aberto em relação às opiniões, ideias e principalmente críticas em seus levantamentos.

Para Dolabela (2010), o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade.

Uma pessoa simpática e pela qual se identificou com os negócios costuma apresentar características fundamentais neste ramo, tais como por exemplo: motivadora, positiva, tomada de decisão dianteira, fundos econômicos robustos e consistentes, bom histórico profissional, incluindo tentativas que não foram tão bem sucedidas e ou valorizadas, forte personalidade e claramente, emergida de uma boa fonte de apoio.

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

2.3 Plano de Negócios

O Plano de Negócio é de fundamental importância para a abertura de um novo negócio ou sua reformulação. Consiste em um documento com o planejamento total de todos os processos e etapas que serão feitas na empresa e instituição, para que saibamos o que fazer e como fazer, delimitando por qual caminho percorrer, inibindo a exposição aos riscos, ou seja, ao fracasso.

Um plano de negócio é um documento que descreve (por escrito) quais os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que estes objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus

erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado. (ROSA, 2004, p.10).

O empreendedor que não se dispõe para fazer e redigir um Plano de Negócios, geralmente tem seu futuro barrado por conflitos e imprevistos, resultando na atividade mais comum que temos conhecimento: fechamento da empresa, falência e denúncias de funcionários.

Plano de Negócios é 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, receita e resultados financeiros. (SALIM, et.al. 2005).

2.4 Estrutura de um Plano de Negócio

A seguir, será apresentado um dos modelos mais seguidos de Plano de Negócio, de acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), do estado de Minas Gerais pelo autor Rosa (2013).

a) Capa: dando início ao Plano de Negócio, um de seus componentes passa despercebido, porém é de extrema importância. A capa de todo planejamento além de conter informações significativas e que não podem ausentar-se também possui os recursos e as considerações de estética, dando maior visibilidade a todos e principalmente a identificação de todo trabalho realizado.

b) Sumário Executivo: através da análise e da aplicação de metodologias administrativas a observação do mercado e da viabilidade do empreendimento fica mais clara, podendo identificar falhas, evitando o fracasso antes mesmo da abertura do negócio. O Plano de Negócios é o meio mais eficiente e eficaz a se adotar.

O estudo de mercado, financeiro e estratégias que serão aderidas estão presentes no Plano de Negócios, são feitos de forma minuciosa para certificar que o sucesso alcançado será de cem por cento. Temos assim o sumário executivo, sendo a primeira etapa a ser cumprida do Plano de Negócios, constituindo o seu resumo geral.

Por ser um trabalho minucioso e requerer muitos detalhes é necessário que essa etapa seja feita no final da tarefa, já que assim já se obteve todos os dados essenciais para a sua elaboração.

c) Análise de Mercado: a segunda etapa do Plano de Negócio já onera um pouco mais de trabalho, pois é chegada a hora de olhar ao redor e não somente focar no empreendimento. Ter visão altruísta aos demais aspectos que surgem, juntamente com as características que se obtém é o ideal.

Como o próprio nome já diz, é necessário analisar o mercado na qual o produto ou negócio será inserido, para se ter breve noção do que e com o que está lidando, as informações que deverão ser analisadas, nada mais são do que os clientes, concorrentes, fornecedores, entre outros aspectos relevantes. Essas características são importantes, devido ao fato do conhecimento e adaptação de seu negócio ou produto no mercado nos dias atuais, podendo atingir os resultados esperados, com a ajuda do plano e desta etapa.

d) Plano Operacional: ao investir em um empreendimento, é de extrema importância, analisar a questão da instalação da empresa, envolvendo vários aspectos como os equipamentos em seu interior, na qual essa atividade pode contribuir para que não haja futuros problemas, imprevistos e ter que se alterar às pressas o setor operacional da organização.

Pode-se dizer que mesmo não sendo uma tarefa fácil, é adequado depositar o máximo de atenção possível nesta etapa, já que envolvem recursos e bens tangíveis superiores e valores altos.

Ao decorrer de todo processo e planejamento, com bases em estudos e metodologias, cada passo ficará mais claro, proporcionando assim, maior visualização e sentimento de segurança do futuro sucesso da empresa, mas para que isso aconteça é necessário seguir cada etapa de maneira adequada.

e) Construção de Cenários: atingindo a reta final de um Plano de Negócio, chegamos à etapa de construir o cenário da atuação do empreendimento. Colocando em prática os conhecimentos proporcionados anteriormente, é possível criarmos certa descrição do que está por vir em curto e longo prazo.

Baseando-se na realidade, jamais será provável sabermos das dificuldades que serão enfrentadas, por isso, mesmo tendo um bom Plano de Negócio, a possibilidade de futuramente necessitar de um plano B poderá ser uma opção viável, já que as empresas podem demorar a alcançar seus almejados objetivos.

Portanto, ter um bom planejamento, irá auxiliar no desempenho da empresa e em grande parte do Plano de Negócio, possibilitando a construção de cenários.

f) Avaliação Estratégica: o desfecho do Plano de Negócio acaba por envolver certa avaliação de toda estratégia usada ao decorrer de todas as atividades, da mesma maneira que o nome desta etapa indica.

Ao terminar qualquer tarefa, é importante direcionar os passos da empresa para saber ou ter base de onde irá chegar. Como Rosa (2013) afirma que é possível obter auxílio para se organizar de maneira mais exata nesse momento, utilizando novamente a Matriz de Forças, Oportunidades, Fraquezas, Ameaças (FOFA), se equiparando e observando cada detalhe.

Chegar ao fim do Plano de Negócio teoricamente dito, não significa que o trabalho e os esforços acabaram, é crucial avaliar continuamente os estágios do esquema traçado.

Alcançar o sucesso pode ser um pouco tanto quanto árduo para a maioria dos empreendedores nos dias de hoje. Cumprir todas as etapas e conquistar percalços é na maioria das vezes gratificante, porém antes de tudo é necessário muitos esforços, atitudes, competências e habilidades, para desfrutar de todas estas recompensas em um futuro próximo. Um bom Plano de Negócio, é a chave de ouro e a alma do empreendimento, já que o gestor terá em mãos um consistente planejamento, facilitando por sua vez, o triunfo do negócio.

2.5 Plano de *Marketing*

Ao possuir e abrir o próprio negócio é fundamental sua divulgação, para que atinja o maior número possível de pessoas. Através de estratégias de

marketing é definido o ponto de partida do empreendimento, traçando metas e avaliando os riscos para mensurar os resultados, seja do lucro ao reconhecimento no mercado.

A estimativa detalhada do âmbito comercial facilita tomada de decisões sobre a atuação do negócio (praça), o *marketing* que será adotado (promoção), aceitação do público-alvo perante o negócio (produto e preço). A linha tênue feita através da Análise de Forças, Oportunidades, Fraquezas, Ameças (FOFA) permite que o empreendedor observe as ações internas e externas do negócio que trarão impacto na empresa, permitindo superar suas fraquezas e adaptando-se as ameaças.

O plano de *marketing* é o instrumento central para direcionar e coordenar o esforço de marketing. Ele funciona em dois níveis: estratégico e tático. O plano de marketing estratégico estabelece os mercados-alvo e a proposta de valor que será oferecida [...]. O plano de marketing tático especifica as táticas de marketing, incluindo características do produto, promoção, comercialização, determinação do preço, canais de venda e serviços. (KOTLER; KELLER 2006, p.41)

Assim, nesta mesma perspectiva, obtém-se o plano de *marketing*, na qual requer definições e pontos decisivos do negócio, para que haja ainda mais facilidade ao dar andamento no processo em geral.

Para Ambrósio, (2002, p.4), "*Marketing* é o conjunto de técnicas voltadas para maximizar a felicidade das pessoas por meio da satisfação das necessidades e desejos, otimizando o retorno para organização".

2.6 Plano Financeiro

É irrefutável a ideia que onde há um empreendimento é certamente aplicado uma quantia em capital, ou seja, em dinheiro, dependendo é claro do seu âmbito e de seu porte, variando seu montante e suas finanças.

O objetivo do negócio e do administrador financeiro é maximizar a riqueza dos acionistas ao longo do tempo. Nesse sentido, observa-se a importância de um planejamento financeiro bem feito, principalmente a constituição de orçamentos bem estruturados, encadeados com os objetivos que a empresa se propõe a conquistar. (GITMAN 2002, p.18).

Prosseguindo na consistência desse mesmo pensamento, o Plano Financeiro, deve conter alguns critérios fundamentais para a sua elaboração, tais como: projeção do capital necessário para começar o negócio, estimativa do resultado mensal da empresa, lucratividade, rentabilidade, prazo de retorno do investimento e por último o ponto de equilíbrio.

A finalidade do plano financeiro pode ser entendida como:

Assessorar o cliente na tomada de decisão e propiciar uma gestão mais eficaz. Consiste na análise do desenvolvimento financeiro de projetos e empresas, concluindo o detalhamento da estrutura de receitas, custos e despesas. Compreende desenvolvimento de ferramentas de apoio tais como: planos orçamentários e modelo de precificação. (MACHADO 2008, p. 13).

Por ser um dos departamentos de maior valor dentro da empresa, deve-se ter um planejamento para poder controlar tal ato, já que os recursos financeiros influenciam em alto nível o andamento e a rotina do negócio, contribuindo para que sua permanência no mercado e determinando se é economicamente viável.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA – LAST DANCE CLUB

3.1 Planejamento Estratégico do Negócio

Ao abrir uma empresa, é preciso analisar minuciosamente o cenário em que será inserida, para isso, fizemos o levantamento de todas as características do clube, denominado *Last Dance Club*.

O planejamento no ramo dos negócios é essencial para que tudo saia conforme previsto e, caso tenha algum percalço ou conflito mediante a situação, poderá chegar-se a uma resolução de maneira mais pacífica.

3.1.1 Missão

Proporcionar integração social, lazer e entretenimento, em um ambiente acolhedor visando à qualidade, ou seja, o bem estar de quem consome; promovendo momentos de alegria, diversão, euforia e distração, para plena satisfação de nossos clientes.

3.1.2 Visão

Priorizar a valorização de todos os clientes, com serviços de excelência e espaços apropriados para dançar, relaxar e se divertir, visando os aspectos socioambientais.

3.1.3 Valores

- **Organização:** manter o local a onde for realizado o evento limpo, organizado e funcionando para seus clientes.
- **Ética:** ter postura ética profissional, cumprir estatuto social, regimento interno e obrigações legais vigentes.
- **Segurança:** garantir condições para que o cliente se sinta seguro.
- **Foco nos patrocinadores e clientes:** atender as necessidades e expectativas do associado e clientes, com excelência.

- Respeito pelo outro: ter uma atitude gentil e educada entre colaboradores e clientes, tendo como foco sempre o respeito pelo próximo.
- Inovação: modernizar o local onde será realizado o evento de forma criativa e inovadora, trazendo o que há de melhor em equipamentos, designer e shows.

3.2 Descrição do Empreendimento

O empreendimento consiste em um clube de lazer para todos os cidadãos que possui por renda mensal de no mínimo um salário mínimo mensal, sendo de R\$1045,00 (um mil e quarenta e cinco reais), porém não é um fator dividendo de ações para a empresa, pois qualquer indivíduo pode ter acesso ao espaço de lazer, a partir do momento que adquirir o bilhete/ingresso.

Denomina-se por *Last Dance Club*, traduzido para língua nacional, obtemos Último Clube de Dança, condizendo com a atividade fornecida aos consumidores da cidade e até mesmo da região.

Possui espaço amplo para as ocorrências noturnas e diurnas, ou seja, festas, encontros, reuniões, eventos de grande e pequeno porte, já que sua lotação máxima é de 3000 (três mil) pessoas.

O espaço do clube é composto por: recepção, cozinha, sala, banheiro masculino e feminino para funcionários e escritório contábil. Já para os consumidores: cabine para compra e venda de ingressos, convites e bilhetes, pátio para danças, espaço instalado para mesas e cadeiras (plateia), palco para shows, área infantil, área para fumantes, banheiro feminino e masculino, sala de espelhos, área para fumantes. Além de possuir área externa, ou seja, ao ar livre, gramado. Fornecimento também de estacionamento, com pagamento não incluso nas taxas de bilheteria.

Acontecimentos de shows e eventos somente com agendamento adiantado para a promoção do mesmo, porém, garantia de todos os finais de semana, regularmente e geral.

Referente à compra e venda de alimentos, só serão consumidos alimentos e bebidas compradas no local.

3.3 Produtos e Serviços

Em nosso clube, serão oferecidas atividades de lazer aos finais de semana e nos dias agendados, de acordo com o cliente e consumidor. Indo desde simples e pequenas reuniões para até mesmo como, por exemplo: festas, eventos, encontros, independente de quem o solicita.

3.4 Análise de Mercado

3.4.1 Fatores Econômicos:

Com a atual crise, observamos que as pessoas não irão gastar dinheiro com produtos, atividades e outros mais variados serviços desnecessários, porém, o brasileiro preza muito pela diversão, não medindo esforços para isso, fortalecendo ainda mais a nossa ideia para a abertura do clube.

3.4.2 Fatores Socioculturais:

Sendo constatado por pesquisas que seres humanos necessitam lazer e diversão, pode-se dizer que este fator pode influenciar muito em nosso estabelecimento.

3.4.3 Fatores Políticos/Legais:

Nosso estabelecimento procura sempre estar dentro dos conformes da lei. Temos como base o Código de Defesa do Consumidor (CDC), e damos ênfase na segurança tanto dos funcionários como a dos clientes, podendo citar também, que nossa empresa está dentro das exigências da vigilância sanitária e do alvará de abertura.

3.4.4 Fatores Tecnológicos:

Influenciará, maiormente na área da repercussão dos shows e características sonoras, já que melhoraria nossos produtos.

3.4.5 Concorrência:

. Temos ampla concorrência somente com mais um clube na cidade, porém a vantagem que nos surgiu, fora a questão da inovação do local.

3.4.6 Fatores Internos:

O ambiente do *Last Dance Club* é agradável e tranquilo, bem higienizado tendo uma equipe especializada nesse setor, que é o de limpeza. Possuímos também mesas em locais abertos e fechados, receptivo e aconchegante.

3.5 Plano de *Marketing*

3.5.1 Motivação do Negócio

Conforme os dados coletados posteriormente à pesquisa de campo feita em nossa cidade, chegamos à conclusão que em nosso município, nos finais de semana a população jovem e os demais cidadãos, têm que se deslocarem para cidades vizinhas, buscando entretenimento e lazer. Diante disso e visando a grande procura por esses eventos e derivados, por pessoas de diversas faixas etárias, entende-se que a abertura de um clube no centro da cidade de Bernardino de Campos destinado para o público em geral, seria uma forma em potencial de aliar benefícios econômicos, sociais e proporcionar momentos de lazer, diversão e uma recepção adequada à comunidade e, o principal diferencial para o consumidor será um ambiente com qualidade, segurança, juntamente com a inovação em recursos tecnológicos.

3.5.2 Análise Swot

a) Força:

- Conceito único;
- Infraestrutura;
- Ambiente interno altamente inovador;
- Variedades de parcerias.
- Preços Acessíveis

b) Fraqueza:

- Estacionamento particular (pago a parte pelos clientes que preferirem);
- Alto custo do negócio;
- Captação de recursos financeiros.

c) Oportunidade:

- Zona segura;
- Pouca concorrência;
- Aumento do turismo;
- Uso de novas tecnologias.

d) Ameaças:

- Concorrência com todo setor de entretenimento (cinemas, shows, teatro, parques...);
- Evolução da tecnologia;
- Posto da polícia e zona habitacional – barulho.

3.6 Aspectos do Mercado

a) Público alvo: Preferencialmente a população jovem, porém, livre e indeterminada.

b) Faixa etária: Menores de 16 anos a entrada é permitida apenas com autorização com registro tabelional em cartório municipal, outras idades: livre e indeterminada.

- c) Faixa de renda: Este fator torna-se irrelevante. Burocraticamente: renda mensal de um salário mínimo atual.
- d) Ocupação do público alvo: Outro fator insignificante ao nosso negócio, pois qualquer pessoa, independente de sua ocupação pode ter acesso ao clube.
- e) Escolaridade: Por atender qualquer tipo de público-alvo, este aspecto não é levado em consideração.
- f) Concorrentes indiretos: Outros lugares e cidades que proporcionam o mesmo exemplo de atividade.
- g) Concorrentes diretos: Apenas mais um clube na cidade.
- h) Pontos fortes dos concorrentes: Devido estar a mais tempo no mercado, esses concorrentes acaba tendo certa “freguesia”, fazendo com que consequentemente diminua uma parcela da população que poderia ser nossos clientes.
- i) Pontos fracos: O maior ponto fraco se baseia na falta de inovação, na qual por sempre ser a mesma atividade a ser oferecida e, até mesmo a falta dela, as pessoas podem buscar por algo novo, encontrando em nosso estabelecimento.
- j) Fornecedores: Contratual.

3.7 Plano Financeiro

Etapa de relevância extrema para abertura do negócio, requer cuidado e atenção para que todos os cálculos acompanhe a situação rela, para que haja retorno o mais breve possível.

3.7.1 Aspectos Tributários

a) Forma de constituição: O *Last Dance Club* é constituído por quatro sócios, na forma de sociedade empresária Simples, sendo uma empresa limitada (Ltda.). A denominação social é *Last Dance Club* Ltda. O capital tanto para a empresa quanto para sua inserção na comunidade do é de R\$ 400000,00, na

qual cada sócio investirá igualmente com uma parcela de R\$ 100000,00. Todos os sócios trabalharão na empresa, gerenciando atividades.

b) Licença de funcionamento: Devido trabalharmos e colaborarmos para o comércio de apenas calçados, teremos que obter somente o Alvará de abertura e funcionamento, estando dentro das regras e leis municipais.

c) Situação tributária: Optaremos para o Simples Nacional, uma vez que a receita anual será até R\$ 3,6 milhões, contendo os impostos federais, estaduais, municipais em apenas uma guia mensal, gerada eletronicamente.

3.7.2 Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições

- Sócio A:

Nome: Carlos Henrique Paula Maia.

Formação: Ciências Contábeis.

Cargo: Diretor Financeiro.

- Sócio B:

Nome: Higor de Castro Carvalho.

Formação: Especializado em *Marketing*.

Cargo: Diretor de *Marketing*.

- Sócio C:

Nome: Bianca Leticia dos Santos Cordeiro.

Formação: Especializada em Logística.

Cargo: Coordenadora de Logística.

- Sócio D:

Nome: Gabriel Henrique Damasceno.

Formação: Administração.

Curso: Representante Comercial.

3.8 Apuração de Resultados – Entrevista

A partir da entrevista que fora feita, com necessariamente 100 (cem) participantes, foram obtidos resultados positivos e gratificantes, apresentados abaixo:

1- O que você acha sobre a ideia de um clube de música e dança na cidade?

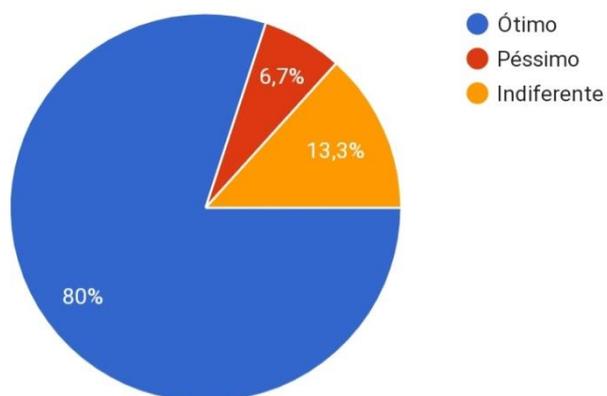


Gráfico 1.

2- Você frequentaria este novo clube?

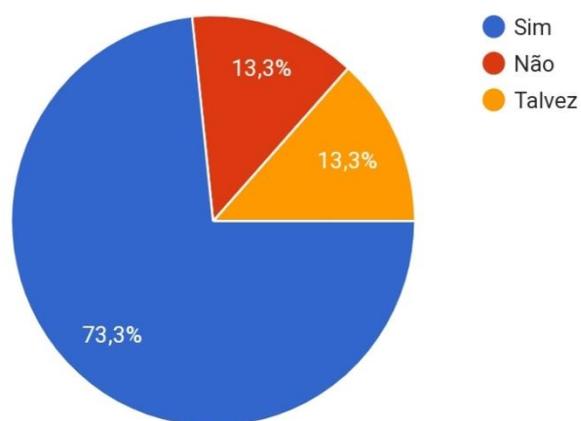


Gráfico 2.

3- Qual o ritmo musical seria ideal para esse clube?

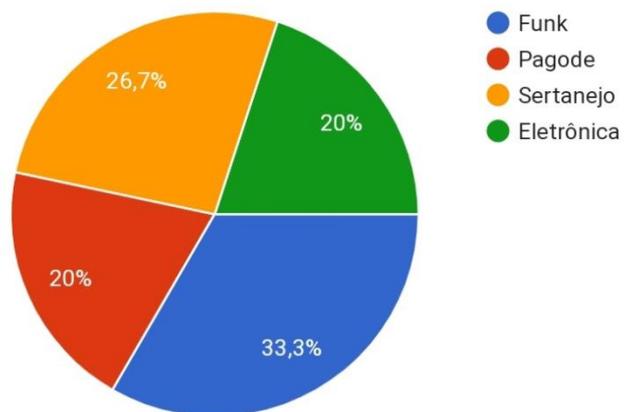


Gráfico 3.

4- Você já frequentou ou tem interesse em eventos musicais na cidade vizinha?

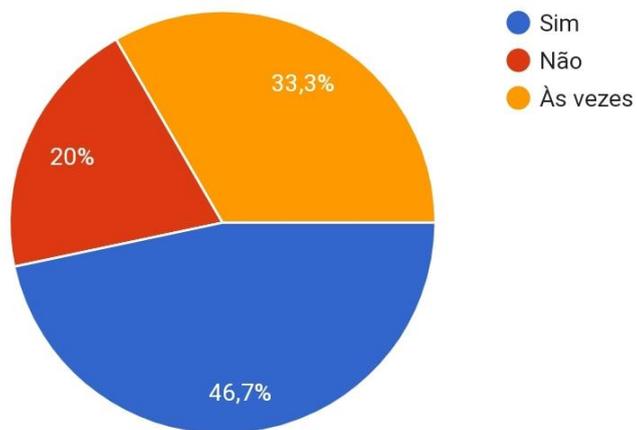


Gráfico 4.

5 - Com que frequência você vai a este tipo de evento?

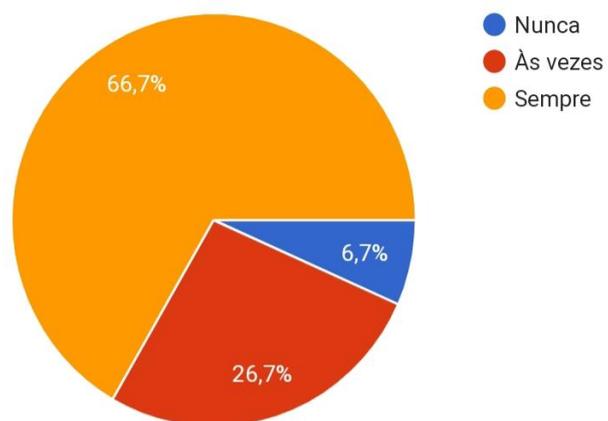


Gráfico 5.

Fontes: Elaborado pelos autores, 2020.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisar o cenário político, social e econômico atual, requer olhos esperançosos e muito planejamento. Mesmo com a crise em que vivemos é necessário investirmos em inovação, para que assim, tenhamos diversos retornos e resultados positivos, tornando o investimento e empreendimento, uma via de mão dupla, ou seja, pelo qual os benefícios girem em torno tanto de quem presta o serviço, quanto para quem o usufrui.

Abrir um clube voltado ao lazer na cidade de Bernardino de Campos é necessário coragem, pois localiza-se em uma cidade pequena, no interior paulista. A insegurança é um dos primeiros sentimentos que surgem, porém, ao levantar hipóteses, coletar dados em pesquisa de campos, conseguimos retirar o projeto do papel e coloca-lo em prática.

O Plano de Negócios, sem resquício algum de dúvida, possibilitou-nos que os projetos de maneira integral, levantassem voo, já que, ele é uma ferramenta fundamental para qualquer empreendimento. Todo o empreendedor deve conhecer este documento para que assim nada venha abalar a estrutura do negócio, deixando clara a sua extrema importância.

Obter sucesso em um empreendimento exige cada vez mais o emprego do planejamento, no sentido de prever e resolver a problemática que foi apresentada. O Plano de Negócios vem tornando-se uma das principais ferramentas de gestão utilizadas pelos empresários, administradores e empreendedores para alcançarem seus objetivos.

Nosso clube de lazer, fora uma ideia pensada a partir de todos os integrantes do grupo que, de forma harmoniosa, demos consistência à empresa. O tema principal e o objetivo geral deste trabalho foi analisar a viabilidade da inserção de uma nova alternativa de lazer para o município, por meio da construção do Plano de Negócios, a fim de proporcionar certa previsão dos fatos, envolvendo aspectos financeiros e econômicos, tais como: lucratividade, dinâmica do estabelecimento. Para ressaltar a segurança de abertura do negócio, fora a etapa do plano financeiro, onde detalhou cada centavo de investimento, juntamente com os impostos, burocracias e retornos.

REFERÊNCIAS

AMBROSIO, V. **Plano de Marketing**: passo a passo. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2001.

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

DOLABELA, Fernando. A corda e o sonho. **HSM Management**, p. 128-132. 17 nov. 2010.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 7. ed. São Paulo: Harbra, 2002.

HISRICH, Robert; PETERS, Michael. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LEITE, Emanuel Ferreira. **O Fenômeno do Empreendedorismo**. 3 ed. Recife: Bagaço, 2002.

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócios**. Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2020.

SALIM, Cesar Simões. *et al.* **Construindo planos de negócios**: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios com sucesso. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ANEXOS

QUESTIONÁRIO

Realizado uma pesquisa de campo com 100 habitantes.

1- O que você acha sobre a ideia de um clube de música e dança na cidade?

- (A) Ótimo
- (B) Bom
- (C) Ruim
- (D) Péssimo
- (E) Indiferente

2- Você frequentaria esse clube?

- (A) Sim
- (B) Não
- (C) Talvez

3- Qual o ritmo musical seria ideal para esse clube?

- (A) Funk
- (B) Pagode/Samba
- (C) Sertanejo
- (D) Eletrônica

4- Você já frequentou ou tem interesse em eventos musicais na cidade vizinha?

- (A) Sim
- (B) Não
- (C) Às vezes

5- Com que frequência você vai a este tipo de evento?

- (A) Nunca
- (B) Às vezes

(C) Sempre