

**CENTRO PAULA SOUZA**

**ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

**Técnico em Administração**

**ANDRESSA GOMES**

**BIANCA SANTOS DA SILVA**

**EDUARDA FERNANDA FAVARO**

**LAIS DO SANTOS FERNANDES**

**LUCAS AUGUSTO DA GRAÇA RODRIGUES**

**MARIA FERNANDA SAMPAIO DO NASCIMENTO**

**Space Game**

**Tupã-SP**

**2024**

**ANDRESSA GOMES**  
**BIANCA SANTOS DA SILVA**  
**EDUARDA FERNANDA FAVARO**  
**LAIS DO SANTOS FERNANDES**  
**LUCAS AUGUSTO DA GRAÇA RODRIGUES**  
**MARIA FERNANDA SAMPAIO DO NASCIMENTO**

## **Space Game**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico de Administração da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pela Prof.<sup>a</sup> Roseli Aparecida Visacardi, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

Menção do Trabalho: MB

**Tupã-SP**

**2024**

# **ETEC PROF. MASSUYUKI KAWANO**

**Técnico em Administração**

**ANDRESSA GOMES**

**BIANCA SANTOS DA SILVA**

**EDUARDA FERNANDA FAVARO**

**LAIS DO SANTOS FERNANDES**

**LUCAS AUGUSTO DA GRAÇA RODRIGUES**

**MARIA FERNANDA SAMPAIO DO NASCIMENTO**

## **Space Game**

Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof<sup>a</sup>. Roseli Aparecida Viscardi

Orientadora

---

Prof<sup>a</sup>. Caroline Penteado Manoel

Avaliador

---

Prof.

Avaliador

**Tupã, 25 de junho de 2024**

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O(A) Professor(a) orientador(a), a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar, agradecemos a Deus, que fez com que os nossos objetivos fossem alcançados durante este tempo de estudos. Aos nossos amigos que estiveram ao nosso lado, pela amizade incondicional e pelo apoio demonstrado ao longo de todo o período de tempo em que nos dedicamos a este trabalho. Aos professores por todos os conselhos, ajuda paciência e transparência com qual guiaram o nosso aprendizado, pelas correções e ensinamentos que nos permitiram apresentar um melhor desempenho no processo de formação profissional ao longo do curso, principalmente as Professoras Karen de Andrade e Roseli Aparecida que nunca desistiu do nosso trabalho e sempre nos ajudou em cada passo dessa monografia. A todos que participaram direta ou indiretamente no desenvolvimento deste trabalho de pesquisa, enriquecendo o nosso processo de aprendizado. A instituição de ensino Etec Massuyuki Kawano - Centro Paula Souza, essencial no processo de formação profissional, muito obrigado pela dedicação e por tudo o que aprendemos ao longo desse tempo de curso.

**“Administração é a arte de criar os caminhos que levam a humanidade à excelência de suas realizações”**

**(Marcelo Araújo)**

## RESUMO

O segmento de entretenimento e lazer tem sido valorizado devido à diversidade de novos conceitos inseridos no mercado. De acordo com a Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (Abrinq), o mercado cresce consistentemente há uma década e, pós-pandemia, tornou-se um dos mais procurados pelos consumidores. Apesar de ter sido um dos segmentos mais afetados pela pandemia, o estudo da Associação Brasileira de Franchising (ABF) destaca que em 2021 o setor de diversão teve um aumento de 21,2%, com um faturamento de R\$ 2,209 bilhões. Entre os dias 20 e 27 de setembro de 2023, foi realizada uma pesquisa de mercado para avaliar a viabilidade da abertura da empresa Space Game, que atuará no ramo de lazer e diversão no município de Tupã/SP, com o objetivo de compreender a procura e o interesse do público-alvo. A pesquisa foi conduzida por meio do Google Forms e divulgada via WhatsApp, contando com a participação de 43 pessoas de Tupã e região. O questionário iniciou com a identificação do gênero dos participantes, revelando que 74,4% eram do sexo feminino e 25,6% do sexo masculino. Com um investimento inicial de R\$ 900.000,00, será viável a abertura desse plano de negócio, com uma estimativa de faturamento de R\$1.527.725,00 no primeiro ano de atividade. Dessa forma, conclui-se que é possível realizar a abertura da Space Game.

**Palavras-chaves:** Plano de negócio. Serviço. Diversão. Entretenimento. Lazer

## ABSTRACT

The entertainment and leisure segment has been valued due to the diversity of new concepts introduced in the market. According to the Brazilian Association of Toy Manufacturers (Abrinq), the market has been consistently growing for a decade and, post-pandemic, has become one of the most sought after by consumers. Despite being one of the segments most affected by the pandemic, a study by the Brazilian Franchising Association (ABF) highlights that in 2021, the entertainment sector saw an increase of 21.2%, with a turnover of R\$ 2.209 billion. Between September 20th and 27th, 2023, a market research was conducted to assess the feasibility of opening the company Space Game, which will operate in the leisure and entertainment industry in the city of Tupã/SP, aiming to understand the demand and interest of the target audience. The survey was conducted through Google Forms and disseminated via WhatsApp, with the participation of 43 people from Tupã and its surrounding region. The questionnaire began with identifying the gender of the participants, revealing that 74.4% were female and 25.6% were male. With an initial investment of R\$ 900,000.00, it will be viable to open this business plan, with an estimated turnover of R\$1.527.725,00 in the first year of activity. Therefore, it is concluded that it is possible to open Space Game.

**Keywords:** Business plan. Service. Fun. Entertainment. Leisure

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1- Layout.....</b>	<b>41</b>
------------------------------	-----------

## LISTA DE TABELAS

<b>TABELA 1:</b> Máquinas e Equipamentos.....	42
<b>TABELA 2:</b> Móveis e Utensílios.....	43
<b>TABELA 3:</b> Estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais.....	43
<b>TABELA 4:</b> Estimativa do Faturamento da Empresa.....	44
<b>TABELA 5:</b> Continuação Estimativa do Faturamento da Empresa.....	45
<b>TABELA 6:</b> Prazo Médio de Vendas.....	47
<b>TABELA 7:</b> Prazo Médio de Compra.....	47
<b>TABELA 8:</b> Capital de Giro.....	47
<b>TABELA 9:</b> Descrição dos Investimentos.....	48
<b>TABELA 10:</b> Fontes de Recursos.....	48
<b>TABELA 11:</b> Produto.....	48
<b>TABELA 12:</b> Estimativa dos Custos de Comercialização.....	48
<b>TABELA 13:</b> Apuração dos Custos dos Materiais diretos e serviços.....	49
<b>TABELA 14:</b> Estimativa de custos fixos.....	50
<b>TABELA 15:</b> Estimativa de Mão de Obra.....	50
<b>TABELA 16:</b> Estimativa do Custo de Depreciação.....	51
<b>TABELA 17:</b> Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais.....	52
<b>TABELA 18:</b> Demonstrativo de Resultados do Exercício – DRE.....	53
<b>TABELA 19:</b> Ponto de Equilíbrio.....	53

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Questão 1: Você é homem ou mulher?.....	34
<b>Gráfico 2:</b> Questão 2: Qual sua Faixa Etária?.....	34
<b>Gráfico 3:</b> Questão 3: Você mora em qual cidade?.....	35
<b>Gráfico 4:</b> Questão 4: Sua família é grande?.....	35
<b>Gráfico 5:</b> Questão 5: Quantas crianças tem em sua família? .....	36
<b>Gráfico 6:</b> Questão 6: Você acha que tem pouco entretenimento em Tupã?.....	36
<b>Gráfico 7:</b> Questão 7: Qual tipo de lazer você buscaria na cidade de Tupã?.....	37
<b>Gráfico 8:</b> Questão 8: Qual valor você pagaria para frequentar esse ambiente? .	37
<b>Gráfico 9:</b> Questão 9: Alugaria o espaço para festas de aniversário?.....	38

## LISTA DE QUADRO

<b>QUADRO 1:</b> Síntese para estruturação do método científico.....	20
<b>QUADRO 2:</b> Cronograma.....	21
<b>QUADRO 3:</b> Fundador 1.....	23
<b>QUADRO 4:</b> Fundador 2.....	24
<b>QUADRO 5:</b> Fundador 3.....	24
<b>QUADRO 6:</b> Fundador 4.....	24
<b>QUADRO 7:</b> Fundador 5 .....	24
<b>QUADRO 8:</b> Fundador 6.....	24
<b>QUADRO 9:</b> Nomes dos fundadores e capital integralizado.....	25

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	15
<b>2 REVISÃO DE LITERATURA</b> .....	17
<b>2.1 Entretenimento e lazer</b> .....	17
<b>2.2 O mercado de espaços de entretenimento e lazer</b> .....	18
<b>3 METODOLOGIA DE PESQUISA</b> .....	20
<b>3.1 CRONOGRAMA</b> .....	21
<b>4 PLANO DE NEGÓCIOS</b> .....	22
<b>4.1 Descrição da Empresa</b> .....	23
<b>4.2 Fonte de Recursos</b> .....	25
<b>4.3 Análise de Mercado</b> .....	25
4.3.1 Análise dos Clientes .....	25
4.3.2 Análise dos Concorrentes .....	27
4.3.3 Análise dos Fornecedores .....	28
4.3.4 Pesquisa de mercado .....	33
<b>4.4 Plano Marketing</b> .....	39
4.4.1 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços .....	39
4.4.2 Preço .....	39
4.4.3 Estratégias Promocionais .....	39
4.4.4 Estrutura de Comercialização .....	39
4.4.5 Localização da Empresa .....	40
<b>4.5 Plano Operacional</b> .....	41
4.5.1 Layout ou Arranjo Físico .....	41
4.5.2 Capacidade Produtiva .....	41
4.5.3 Necessidade de Pessoal .....	41
<b>4.6 Plano Financeiro</b> .....	42
4.6.1 Estimativa dos investimentos .....	42
4.6.1.1 Estimativa dos investimentos pré-operacionais .....	43
4.6.2 Estimativa do faturamento da empresa .....	44

4.6.3 Capital de giro .....	47
4.6.3.1 Estimativa do estoque inicial .....	47
4.6.3.2 Prazo médio de vendas .....	47
4.6.3.3 Prazo médio de compra .....	47
4.6.4 Estimativa de custos variáveis .....	48
4.6.4.1 Custo unitário de matéria-prima .....	48
4.6.4.2 Estimativa dos custos de comercialização .....	48
4.6.4.3 Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas .....	49
4.6.5 Estimativa de custos fixos .....	50
4.6.5.1 Estimativa de mão de obra .....	51
4.6.5.2 Estimativa do custo com depreciação .....	51
4.6.5.3 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais .....	52
4.6.6 Demonstrativo de resultados do exercício – DRE .....	53
4.6.7 Ponto de equilíbrio .....	53
4.7 Avaliação estratégica .....	54
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>54</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>56</b>
<b>APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL .....</b>	<b>58</b>
<b>APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO ...</b>	<b>61</b>
<b>APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS .....</b>	<b>66</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente o segmento de entretenimento e lazer vem sendo valorizado pela diversidade de novos conceitos que vem sendo inseridos no mercado. Conforme a Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos – Abring, que está inserido no setor de entretenimento e lazer, o mercado cresce com consistência há uma década, e com o pós-período de pandemia vem sendo um dos mais procurados pelos consumidores (FRANQUIAS, 2021).

Em relação ao faturamento do segmento de entretenimento e lazer, que foi um dos mais afetados pela pandemia o estudo realizado pelo portal Associação Brasileira de Franchising -ABF, destaca que no ano de 2021 o setor teve um aumento de 21,2%, com um faturamento de R\$ 2,209 bilhões (FRANQUIA, 2023).

Já no ano de 2022 de acordo com a pesquisa publicada pelo site da PwC Brasil, o setor apresentou um faturamento de US\$ 33 bilhões, a conclusão dos estudos é de que o segmento terá um crescimento maior nos próximos anos. (FEBRABAN, 2023).

Segundo a Associação Brasileira de Parques e Atrações (ADIBRA) a busca por esse segmento aumentou desde 1989, embora o setor ainda não estivesse fortalecido no Brasil por não conter nenhuma representatividade no mercado de parques no país. A categoria começou a ter visibilidade quando outros projetos saíram do papel.

Os parques contribuem para a economia e oferecem oportunidades para a região (SEBRAE, 2023).

Mesmo ainda não sendo uma das principais atrações e sem o investimento necessário no Brasil, os parques temáticos já se apresentam mundo afora como uma das principais, se não a principal, razão para o turista escolher seu destino nas férias. Em nosso país, que não atrai turistas para este segmento em específico, a visitação anual para o turismo de entretenimento é de 12 milhões de pessoas e faturamento de cerca de R\$ 1,5 bilhão de reais (REDAÇÃO, 2014).

Diante desse cenário, o plano de negócios aqui estabelecido tem como proposta a abertura de um espaço de entretenimento para amigos e familiares, com foco na abertura de um novo conceito de ambiente que irá proporcionar diversão para

todas as idades no município de Tupã - SP, a qual se chamará Space Gamer. Dessa forma, a pesquisa tem como questão: é viável a abertura da Space Game, uma empresa no segmento de entretenimento e lazer, no município de Tupã/SP?

Para responder tal questão, foi estabelecido o seguinte objetivo geral: analisar a viabilidade da abertura da Space Game, uma empresa no segmento de entretenimento e lazer, no município de Tupã/SP. Além disso, alguns objetivos específicos foram estabelecidos, sendo eles:

- Desenvolver uma análise de mercado: estudo de potenciais clientes, fornecedores e concorrentes;
- Descrever o serviço e as estratégias de marketing em relação ao preço, promoção, localização e as formas de comercialização e distribuição da empresa Space Game.
- Estruturar o plano operacional da empresa, no que se refere ao layout físico, capacidade de serviços e projeção do pessoal necessário para o funcionamento do negócio;
- Desenvolver o plano financeiro, por meio do cálculo de índices financeiros e da estimativa do investimento total necessário, capital de giro, custos e faturamento da empresa.

Em consideração a isso, o trabalho é de suma importância para o lazer na região de Tupã/SP, no qual irá agregar diversão e entretenimento para todas as idades, pois o negócio visa melhorar o divertimento no sentido de fornecer um bem-estar para toda família, um *playground* com diversos ambientes, para agradar todo o público.

Acreditando que a empresa pode agregar no dia a dia das pessoas com uma distração da rotina diária, trazer um *playground* para Tupã irá dar uma opção de lazer para o público, e ainda assim preencher a falta de entretenimento no município e na região. Como mencionado se observou uma falta no setor de lazer e entretenimento do município um espaço destinado exclusivamente ao entretenimento, sendo assim, a presente temática visa preencher essa lacuna, pois pela falta de divertimento em Tupã/SP muitos moradores buscam ir se divertir na região.

## 1 REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 Entretenimento e lazer

Segundo Simonetti (2010), o lazer proporciona momentos de paz, para que a pessoa consiga relaxar, em meio a correria do cotidiano e se distraia dos próprios problemas. A importância do lazer faz total diferença na vida do ser humano e é um conceito que engloba o tempo livre dedicado a atividades prazerosas e relaxantes. Para curtir com a família um momento em que podemos nos desconectar das obrigações do dia a dia e buscar experiências que nos tragam satisfação e bem-estar.

Envolve o tempo livre dedicado a atividades de recreação, esportes diversão e entretenimento, visando o descanso, melhorando suas condições de bem-estar físico, mental e social das pessoas. Mantendo uma qualidade de vida (SIMONETTI, 2010).

Ele nos ajuda a equilibrar as demandas do trabalho e das responsabilidades cotidianas, contribuindo para o desenvolvimento pessoal, estimulando a criatividade, o aprendizado e a descoberta de novos interesses. (SIMONETTI, 2010).

Dessa forma, entretenimento compreende “[...] uma forma de recrear ou divertir as pessoas ou um conjunto delas quando elas se encontram desviadas de suas preocupações cotidianas” (SANTANA, 2006).

Como lembra Santana (2006), o entretenimento faz parte do dia a dia do ser humano, pois por meio dele leva as pessoas ao divertimento e o momento de prazer, entreter alguém é favorecer uma mudança de direção do seu humor. É uma maneira de escapar da rotina diária, relaxar e desfrutar de momentos agradáveis, para não cair na rotina. Portanto é importante aproveitar todas as formas de entretenimento e lazer disponíveis e desfrutar de momentos de diversão e descontração.

De acordo com Lopes (2019) o entretenimento concerne em:

[...] uma maneira de proporcionar divertimento e recreação aos indivíduos enquanto eles não estão ocupados com suas tarefas do dia a dia. Diversas ações podem ser feitas para entreter as pessoas durante seu tempo livre. Até mesmo a prática de um esporte pode ser enquadrada como entretenimento, assim como o consumo de produtos culturais, por exemplo, um filme em um

cinema, um livro em casa, uma partida de futebol na televisão ou um jogo de computador. ( LOPES, 2019)

Segundo Lopes (2019), nos tempos atuais, os meios de comunicação são produtores de entretenimento no mundo. Existe também variedades de atrativos onde a necessidade de se deslocar de casa para o ambiente. Com o avanço da tecnologia, o entretenimento se tornou ainda mais acessível e diversificado, oferecendo uma infinidade de opções para todos os gostos e interesses. O importante, é o que cada um obtenha momentos positivo no tempo livre, tendo boas experiências dos entretenimentos e se divertindo com lazer fazendo atividades que realmente gostam promovendo o seu bem-estar, preservando sua saúde mental e física.

## 2.2 O mercado de espaços de entretenimento e lazer

No Brasil o mercado de entretenimento e lazer possui uma grande diversidade de atividades como *playgrounds*, jogos para adultos e centros de brinquedos infantis. Possuem um papel importante no oferecimento de diversão para pessoas de todas as idades, esses espaços são projetados especialmente para a distração dos clientes na hora de escolher um lugar para relaxar nos tempos livres. Os *playgrounds* infantis oferecem uma variedade de equipamentos, como escorregadores, balanços e trepa-trepas, que estimulam o desenvolvimento físico e social das crianças, já para os públicos adulto, os jogos de tabuleiro em barzinhos ou *escape rooms*, têm ganhado reconhecimento para opções de entretenimento. Esses espaços oferecem desafios intelectuais e momentos de diversão descontraída (PORTAL DO FRANCHISING, 2022).

De acordo com Portal do Franchising (2022) as principais tendências para o segmento são:

[...] as casas de eventos destinadas à experiência indoor entre amigos, o que aguça as habilidades, competências e inteligência dos participantes. Inclusive, muitas empresas estão buscando esse serviço para melhorar a criatividade e cognição de seus colaboradores. Casas de paintball e máquinas de vending machines também estão com tudo, pois o segmento mostra sinais de recuperação pós-crise, com consumidores voltando a buscar o consumo de serviços voltados à diversão da família e amigos. (PORTAL DO FRANCHISING, 2022).

Pode-se considerar que lazer e entretenimento são na maioria inseridos dentro de espaços onde possui outras áreas de lazer como shopping, parques e lojas. Pensando em lugar de lazer, os shoppings se tornaram o foco principal para a instalação desses parques, para maior aproveitamento do tempo e da praticidade do comércio, pois a união da necessidade de um lugar de recreação com a vontade de consumir uniu-se em um só lugar (PORTAL DO FRANCHISING, 2022).

A procura por um local receptivo se tornou umas das prioridades na vida das pessoas, pois atualmente as pessoas estão trabalhando mais, estudando mais e consequentemente tornando sua rotina corrida.

Ao usufruir dessas oportunidades de lazer e entretenimento as pessoas estão investindo na melhoria de suas vidas, pois o estresse diário reflete na saúde mental e física (PORTAL DO FRANCHISING, 2022)

O lazer se tornou importante no mercado, além das compras em lojas. As principais tendências incluem casas de eventos *indoor* para amigos, desenvolvendo habilidades e competências. Empresas buscam esses locais para entretenimento familiar. Casas de *paintball* e máquinas de *vending machines* são populares na recuperação pós-crise, com consumidores buscando diversão em família e amigos. (PORTAL DO FRANCHISING, 2022).

Todavia, vale ressaltar a importância da segurança dos clientes nesse ambiente recreativo, principalmente quando se trata de crianças, onde o cuidado precisa ser redobrado e monitorado. Os estabelecimentos devem seguir normas e regulamentações para garantir a segurança dos usuários (KUSHANO, 2008).

Para atingir um bom resultado e atrair o sucesso é preciso acompanhar tendências e inovações tecnológicas, sempre buscar por coisas novas, possuir estratégias, aprimorar parcerias, investir no marketing e na publicidade, oferecendo experiência única aos clientes, possuir criatividade, a originalidade e a capacidade de se adaptar às mudanças são fundamentais para se destacar nesse setor competitivo (KUSHANO, 2008).

Desta forma, o mercado de entretenimento oferece um ambiente vibrante e cheio de possibilidades para aqueles que estão dispostos a se dedicar, trazendo talento e visão de negócios para deixar uma marca duradoura nessa indústria emocionante (KUSHANO, 2008).

## 2METODOLOGIA DE PESQUISA

**Quadro1-** Síntese para estruturação do método científico

<b>Síntese para estruturação do método científico</b>	
<b>Crítérios de classificação</b>	<b>Atributos metodológicos</b>
<b>Tipo de conhecimento</b>	O conhecimento que é buscado para a realização do projeto é científico. Foram analisadas diversas fontes bibliográficas para aprofundar o tema e trazer melhores soluções para os possíveis clientes.
<b>Natureza da pesquisa</b>	Aplicada.
<b>Objetivo</b>	Exploratório e Descritivo.
<b>Abordagem</b>	Quali-Quantitativa.
<b>Técnicas e ferramentas de coleta de dados</b>	Aplicação de um questionário por meio do Google Forms
<b>Amostra</b>	43 respondentes da pesquisa
<b>Objeto de análise</b>	Viabilidade da abertura de uma empresa.
<b>Foco de análise</b>	Análise por meio da estruturação de um plano de negócio, com o objetivo de identificar se é viável a abertura da empresa Space Game no município de Tupã/SP
<b>Sujeito de análise</b>	Potenciais clientes
<b>Forma de análise dos dados obtidos</b>	Análise por meio de estatística descritiva (elaboração de gráficos)
	Utilização de índices financeiros
	Utilização de ferramentas como CANVAS e Análise S.W. OT
	Análise descritiva e subjetiva

Fonte: Elaborado pelos autores.

### 3.1 Cronograma

**Quadro 2-** Cronograma

<b>Meses</b>					
<b>Etapas</b>	<b>FEV</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR.</b>	<b>MAIO</b>	<b>JUN.</b>
Introdução					
Revisão de Literatura					
Plano de Negócios					
Fonte de Recursos					
Análise de Mercado					
Pesquisa de Mercado					
Plano de Marketing					
Plano Operacional					
Plano Financeiro					
Avaliação Estratégica					
Considerações Finais					
Apresentação					

Fonte: Elaborado pelos autores

#### 4. PLANO DE NEGÓCIOS

Um plano de negócio é um documento que descreve os objetivos, estratégias e recursos necessários para iniciar e operar um negócio de forma eficaz. Ele é essencial para atrair investidores, fornece direcionamento e avalia a viabilidade do empreendimento. É uma ferramenta base para aprimorar de forma profunda o negócio, sua importância cabe para todos os requisitos da empresa, é ele quem direciona todo o planejamento corretamente tendo a base no modelo de negócio escolhido e dando auxílio necessário para que seja de forma adequada ser inserido no mercado (SEBRAE, 2022).

De acordo com o SEBRAE o plano de negócio é um instrumento ideal para:

[...] traçar um retrato do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor. É por meio dele que você terá informações detalhadas do seu ramo, produtos e serviços, clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, pontos fortes e fracos do negócio, contribuindo para a identificação da viabilidade de sua ideia e da gestão da empresa. (SEBRAE, 2022).

Para que o empresário possa ter a possibilidade de uma abertura de negócio mais correta e segura, com ele, é de modo indispensável na criação da empresa, pois através disso todo o planejamento será posto em ordem e adaptado conforme o estilo da empresa, os custos de toda parte física e documental é incluída nesse plano, para que não haja gastos desnecessários (SEBRAE, 2022).

O Plano de Marketing é feito de forma fundamental para a mudança e a expansão da base de clientes e para o aumento e a visibilidade da marca e dos produtos/serviços. Com um modelo de estratégia bem estruturado para a empresa, é possível atrair clientes de forma com que os faça querer usufruir do produto/serviço, reduzindo gastos e aumentando as vendas. Além disso, o plano possibilita que a empresa seja vista por um público maior, fazendo com que atraia parcerias com outras empresas do mesmo ramo de negócio (UNOPAR).

Em resumo o plano de negócio é uma ferramenta fundamental para o sucesso empresarial, pois permite uma visão abrangente e organizada do negócio, auxiliando na tomada de decisões estratégicas e no alcance dos resultados esperados. Além disso, ele será essencial nos processos da abertura e até da expansão do negócio, que pode ser modificado conforme o crescimento da empresa (SEBRAE, 2022).

#### 4.1. Descrição da Empresa

**Nome da Empresa:** SPACE GAME LTDA.

**Nome Fantasia:** SPACE GAME

**CNPJ:** 50.300.266/0001-00

**Missão:** Proporcionar um ambiente agradável que traga momentos felizes entre família e amigos.

**Visão:** Ser um ambiente de referência de lazer e bem-estar, proporcional a todas as idades.

**Valores:** Diversão, Responsabilidade, Bem-estar, Comprometimento, Pro atividade Criatividade.

**Setor de Atividade:** O setor de atuação da empresa Space Game será na prestação de serviço no mercado de lazer.

**Forma Jurídica:** A empresa irá se enquadrar na Sociedade Limitada Ltda

**Enquadramento Tributário:** O enquadramento tributário será Simples Nacional, que é um regime tributário diferenciado, simplificado e previsto na Lei Complementar nº 123, de 14.12.2006

#### Dados dos Fundadores:

##### Quadro 3 – Fundador 1

Fundador 01	
Nome: Bianca Santos da Silva	
Endereço: bezerra de Menezes 215	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: etectupa745@gmail.com	Telefone: 14 995381345

Fonte: Elaborado pelos autores

Atribuição e Formação do Fundador 01- Administrativo, Técnico em Administração

**Quadro 4 - Fundador 2**

<b>Fundador 02</b>	
Nome: Andressa Gomes	
Endereço: Bezerra de Menezes	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: etectupa745@gmail.com	Telefone: 14998765434

Fonte: Elaborado pelos autores

Atribuição e Formação do Fundador 02-Gerente, técnica de Recursos Humanos e Administração

**Quadro 5 – Fundador 3**

<b>Fundador 03</b>	
Nome: Lucas Augusto	
Endereço: bezerra de Menezes	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: etectupa745@gmail.com	Telefone: 14998765434

Fonte: Elaborado pelo autor

Atribuição e Formação do Fundador 03-Financeiro, Técnico desenvolvimento de sistemas e Administração

**Quadro 6 – Fundador 4**

<b>Fundador 04</b>	
Nome: Eduarda Fernanda	
Endereço: bezerra de Menezes	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: etectupa745@gmail.com	Telefone: 14998765434

Fonte: Elaborado pelos autores

Atribuição e Formação do Fundador 4-Markting, Técnico em comercio exterior e Administração

**Quadro 7 – Fundador 5**

<b>Fundador 05</b>	
Nome: Laís Fernandes	
Endereço: bezerra de Menezes	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: etectupa745@gmail.com	Telefone: 14998765434

Fonte: Elaborado pelos autores

Atribuição e Formação do Fundador 5-Setor de Recursos Humanos, Técnico em farmácia e Administração

**Quadro 8 – Fundador 6**

<b>Fundador 06</b>	
Nome: Maria Fernanda	
Endereço: bezerra de Menezes	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: etectupa745@gmail.com	Telefone: 14998765434

Fonte: Elaborado pelos autores

Atribuição e Formação do Fundador 6- Supervisor Geral, Técnico em Administração

## Capital Social

### Quadro 9 – Nomes dos fundadores e capital integralizado

<b>Nomes do Fundador</b>	<b>Valor do Capital Integralizado</b>
Bianca Santos da Silva	R\$150.000,00
Andressa Gomes	R\$150.000,00
Lucas Augusto	R\$150.000,00
Eduarda Fernanda	R\$150.000,00
Laís Fernandes	R\$150.000,00
Maria Fernanda	R\$150.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores

## 4.2. Fonte de Recursos

Nosso empreendimento contará com uma variedade de fontes de financiamento, incluindo capital próprio dos sócios, empréstimos em instituições financeiras e potenciais investidores. Com um investimento inicial de R\$900.000,00 planejamos adquirir brinquedos infláveis, jogos de mesa, equipamentos eletrônicos como computadores, cobrir os custos de abertura da empresa, garantir capital de giro e estar preparados para outros gastos que possam surgir. Esses recursos serão fundamentais para o sucesso e crescimento do nosso empreendimento.

## 4.3. Análise de Mercado

### 4.3.1. Análise dos Clientes

O espaço terá uma ampla variedade de clientes. Famílias inteiras, com pais, avós e filhos, serão frequentadores regulares do local em busca de momentos divertidos juntos. Os pais estarão em busca de um ambiente seguro e agradável para seus filhos, onde possam relaxar enquanto as crianças se divertem. Os avós também podem aproveitar a oportunidade para passar tempo com seus netos e criar memórias especiais. Além das famílias, grupos de amigos também serão clientes frequentes. Amigos que desejam se reunir para celebrar aniversários, comemorar conquistas ou simplesmente aproveitar um dia de diversão estarão presentes no espaço. Eles estarão em busca de atividades emocionantes, como jogos competitivos, desafios e brincadeiras que proporcionem risadas e momentos inesquecíveis juntos.

Além disso, é possível que adultos sem crianças também frequentem o local em busca de diversão nostálgica ou como uma forma de escapar da rotina diária. Eles podem aproveitar as opções de entretenimento voltadas para adultos, como jogos eletrônicos, boliche ou karaokê.

Em resumo, o espaço de diversão de crianças e adultos atrairá clientes de diferentes faixas etárias em busca de momentos alegres e divertidos em um ambiente acolhedor e seguro.

Assim, o serviço é voltado para pessoas físicas de Tupã e região, é um ambiente que não há restrições de idades, porém o principal público alvo é infantil, com diversos brinquedos como: pula-pula, playground, escorregadores, jogos de mesas entre outros, contamos também com uma praça de alimentação e o auxílio de monitores para a supervisão das crianças.

## 4.3.2 Análise dos Concorrentes

Quadro 10 - Análise dos Concorrentes

	<b>Qualidade do Produto/Serviço</b>	<b>Preço</b>	<b>Condições de Pagamento</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Serviços Oferecidos</b>
<b>Jungle Boom, Máquina da alegria</b>	Espaço recreativo específico para toda a família.	O valor é por quantidade de pessoas	À vista e parcelado	De ótima qualidade, funcionários bem atenciosos.	Para festas de Criança
<b>Parque Gloob Super Jump, Play Land</b>	Espaço reservado para entretenimento recreativo para as todas as idades.	R\$ 99,00	À vista e parcelado	Atendimento de qualidade, com ótimos instrutores que garantam a segurança para os clientes.	Jogos de mesa, mini montanha russa, carrossel, trenzinho, bate-bate, piscinade bolinha, samba, playground, simulados.
<b>Orlando Watersports Complex</b>	Espaço reservados para práticas de brinquedos aquáticos	R\$ 139,59	À vista e parcelado	A equipe trata muito bem seus clientes, atenciosos e receptíveis.	Parque aquático, com jogos e esportes.

Fonte: Elaborado pelos autores

Conclusão da Análise dos Concorrentes: Analisando os três concorrentes, podemos averiguar que a empresa Gloob, Play Land possui os mesmos ideais que a nossa ideia de negócio. Ao notarmos a empresa Watersports complex podemos perceber que a ideia de negócio está além do nosso foco principal. Na empresa Jungle Boom e Máquina da alegria segue um modelo voltado somente para festa infantil, totalmente limitada a idade, já no nosso plano de negócio englobaria todas as idades

### 4.3.3 Análise dos Fornecedores

O mercado fornecedor compreende todas as pessoas e empresas que irão fornecer as matérias-primas e equipamentos utilizados para a fabricação ou venda de bens e serviços.

**Quadro 11** - Análise dos Fornecedores

<b>Ordem</b>	<b>Nome do Fornecedor</b>	<b>Descrição do Item</b>	<b>Preço</b>	<b>Condições de Pagamento</b>	<b>Prazo de Entrega</b>	<b>Localização do Fornecedor</b>
1	ARCADE PLAY GAMES	Maquina daytona usa dupla linkada (unitário) fliperama	R\$6,900.00	Á PRAZO	30 DIAS UTEIS	LOJA ONLINE
2	BLACK-OUT	A Máquina de pegar pelúcia modelo Blackout	R\$11.799,00 com 1 moedeiro.	Á PRAZO	30 DIAS UTEIS	LOJA ONLINE
3	SUA SINUCA	Mesa de sinuca	R\$ 15790,00	Á PRAZO	90 DIAS UTEIS	LOJA ONLINE
4	ADRENALINA BRINQUEDOS	Brinquedão	R\$185,000,00	Á PRAZO	90 DIAS UTEIS	R. GUIOMAR DA ROCHA, 341 – CASA VERDE SÃO PAULO – SP
5	SPORT SHOPS	Trampolim de parque	R\$205.246,71	Á PRAZO	90 DIAS UTEIS	RUA NELSON GUIMARÃES DE TOLEDO, 09 -

						PONTA DA PRAIA - SANTOS - BRASIL - SP
6	TETRELLA MIMOS CRIATIVOS	Painel Sensorial Triplo 130x40cm	R\$ 1.245,00	À PRAZO	10 DIAS UTEIS	RECIFE-PE
7	PYTHON FLY	Trampolim para crianças, trampolim com rede de proteção	R\$527,00	À PRAZO	10 DIAS UTEIS	BELA VISTA
8	MAGAZINE LUIZA	Console Sony Playstation 5 Slim Digital SSD 1TB Edição Digital Branco	R\$3828,95	A prazo	7 DIAS UTEIS	COMPRA ONLINE

Fonte: Elaborado pelos autores

### Necessidade da empresa

Os equipamentos e brinquedos (mesas de jogos, brinquedos infláveis, trampolim, fliperama, camas elásticas, máquinas de pelúcias, equipamentos de segurança, painel de escalada e obstáculos.) serão adquiridos antes da abertura da empresa, com uma média de prazo de entrega de 30 a 90 dias úteis. Com isso, todos deverão ser mantidos com manutenções de a cada 6 meses.

### SELEÇÃO/AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES

A empresa **sport shop** possui alta qualidade certificada, parques trampolim com espuma pit & basketball stands HZ-LG027-A empresa possui 12 anos de experiência no mercado de vendas comerciais, e visando melhorias para área de comércio eletrônico, iniciamos esse nosso projeto com a intensão de captar e melhorar o atendimento diário ao cliente apaixonado por esporte. O produto possui tamanho 10x10x3.2m, com material e craft Jumping Mat (importado dos EUA), tubos (aço galvanizado quadrado dentro e fora), Almofada de espuma (80mm de espessura, epe + pvc, não absorverá a água, oídio ou perderá a forma, molas (super de alta resistência cromado), Instalação (introdução CAD profissional), Standard (CE), a empresa possui garantia de um ano com prazo de entrega de 18-20.

**Arcade Play Games** atua no segmento de fliperamas desde 2008, uma empresa com muita credibilidade no Mercado, só trabalhamos com formas de pagamentos seguras para nós e para os clientes, e falando em clientes, atendemos grandes empresas, desde construtoras inovadoras, posso citar por exemplo a WeWork, que com nossa parceria, enfeita seus escritórios em todo o Brasil com nossas maquinas, atendemos também a Caixa Econômica Federal, dezenas de Buffets em todo o Brasil, e já entregamos mais de 900 equipamentos em todo o Brasil e também no exterior (Argentina, Paraguai, Peru e Angola).Estes Termos de serviço e quaisquer contratos separados nos quais fornecemos a você os Serviços serão regidos e interpretados de acordo com as leis do estado de Minas Gerais. Não utiliza materiais sustentáveis

A **Magazine Luiza** é uma das maiores varejistas do Brasil, e como fornecedora de mercadorias, a empresa mantém a qualidade dos produtos por meio de parcerias com fornecedores confiáveis e de renome no mercado. Além disso, o Magazine Luiza investe em processos de controle de qualidade para garantir que os produtos atendam aos padrões exigidos.

Quanto à capacidade de produção, o Magazine Luiza não é uma fabricante, mas sim um varejista que trabalha com uma ampla rede de fornecedores para garantir a variedade e disponibilidade de produtos para os clientes.

Em relação à consolidação no mercado, a Magazine Luiza tem se destacado cada vez mais, expandindo sua atuação e adquirindo outras empresas para fortalecer sua presença no varejo. A empresa também tem investido em inovação tecnológica e canais de venda online, o que contribui para sua consolidação no mercado.

A Magazine Luiza tem uma política de sustentabilidade que inclui iniciativas para reduzir o impacto ambiental de suas operações, promover práticas sustentáveis em toda a cadeia de valor e apoiar causas sociais e ambientais. Isso envolve a redução do consumo de energia e água, a promoção da reciclagem, o uso de materiais sustentáveis e parcerias com fornecedores alinhados com esses valores. Essa abordagem reflete o compromisso da empresa em atuar de forma responsável e contribuir para um mundo melhor.

A empresa **Tetrella Mimos Criativos** conta com produtos 100% sustentáveis, brinquedos feitos com materiais recicláveis, matérias primas para produção da linha de brinquedos sensoriais para o público com deficiência, possui recursos criativos e terapêuticos que ajudam no desenvolvimento cognitivo da pessoa. Possui avaliações ótimas como 5 estrelas, entregas dentro do prazo, fiel ao que promete, tem uma grande demanda na saída dos brinquedos e possui capacidade de produção.

A cadeira ergonômica gamer Python Fly é promovida como uma opção que oferece máximo conforto e desempenho para os jogadores. Uma opção interessante para quem busca uma experiência de jogo mais confortável. A Python Fly é uma empresa que se preocupa com a sustentabilidade e possui políticas e práticas voltadas para a responsabilidade ambiental. Isso pode incluir o uso de materiais sustentáveis

em seus produtos, práticas de fabricação eco-friendly, ou iniciativas de reciclagem e redução de resíduos. A Python Fly é uma marca bem estabelecida no mercado de cadeiras ergonômicas para gamers. tem conquistado espaço entre os consumidores que buscam qualidade para suas experiências de jogo. A reputação da Python Fly parece estar se consolidando positivamente no mercado devido à sua oferta de produtos voltados para o público gamer.

**Adrenalina brinquedos** é uma empresa que tem alta qualidade, está presente no mercado de brinquedos há mais de 20 anos e tem uma ótima reputação no mercado, trabalham como fabricantes de brinquedos para buffet infantil, brinquedos para salão de festa, brinquedos para casa de festa entre outros.

Eles têm capacidade de produção, mas como geralmente a maioria dos produtos são personalizados tem que ser pedido com antecedência. É um fornecedor rico em elogios por sua prestação de serviços e a qualidade de seus produtos. É uma empresa que tenta reaproveitar o máximo de matérias possíveis para continuar sendo uma empresa sustentável.

BLACK-OUT Máquina fabricada no Brasil pela **ToyBox**, com qualidade superior a qualquer outra máquina vendida no mercado. A nova geração de máquinas, feitas em vidro e aço, vieram para modernizar o modelo de negócio. Sua contribuição para o setor foi fundamental para o sucesso da empresa no ramo de Diversões Eletrônicas, uma das maiores empresas da América Latina em fabricação e vendas de máquinas de pelúcias. Suas avaliações são muito boas, não tem informações se são utilizados produtos sustentáveis.

A **Sua Sinuca** é uma empresa especializada na fabricação de mesas para jogos, atuando no mercado nacional desde 1995. Eles oferecem garantia de 365 dias para os produtos, cobrindo defeitos de fabricação detectados após o recebimento. No entanto, a garantia não se aplica a situações como desgaste no acabamento por uso intenso, danos causados durante transporte ou montagem não realizados pela empresa, mau uso, problemas relacionados ao local de instalação, entre outros.

A empresa assegura a segurança dos dados pessoais dos clientes e realiza transações encriptadas para proteger as informações de pagamento. Além disso, possuem uma política de troca e reembolso alinhada com o Código de Defesa do Consumidor. Os clientes podem solicitar devolução por arrependimento ou desistência em até 7 dias corridos após o recebimento do produto, desde que esteja na embalagem original e sem indícios de uso. Para produtos com defeito ou avaria, a empresa oferece a opção de troca, cancelamento da compra com coleta ou manutenção de crédito para compras futuras.

Em resumo, a Sua Sinuca busca garantir a satisfação do cliente com seus produtos, oferecendo garantia, segurança nas transações e uma política de troca e reembolso alinhada com as normas do consumidor

Conclusão da Análise dos fornecedores:

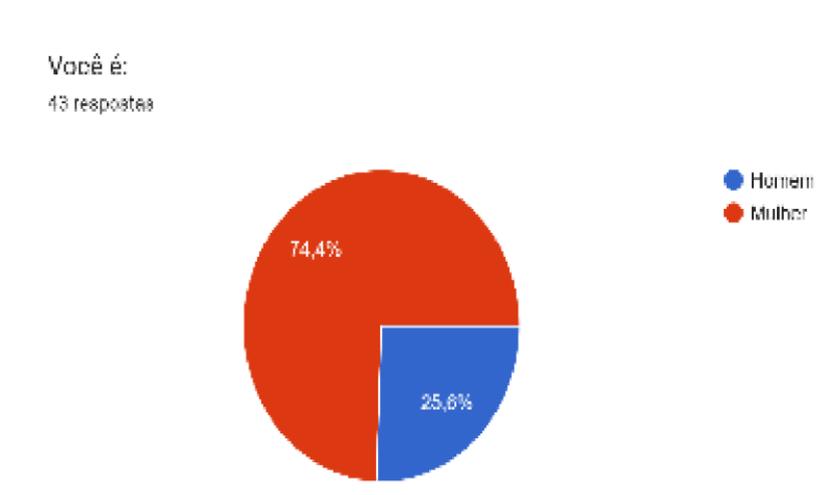
Segundo a Análise dos Fornecedores constatamos que há uma grande variedade de fornecedores com diversificados tipos de equipamentos e brinquedos que condiz com o segmento. Empresas com credibilidade no mercado, custo-benefício, entrega rápida e de confiança, que fornecerão produtos e equipamentos de qualidade e com rapidez.

#### **4.3.4 Pesquisa de Mercado**

Entre os dias 20 a 27 de setembro de 2023, foi realizada uma pesquisa de mercado sobre a viabilidade da abertura da empresa Space Game que atuará no ramo de lazer e diversão no município de Tupã/SP, buscando entender a procura e o interesse do nosso público-alvo. Essa pesquisa foi desenvolvida por meio do Google Forms, e divulgada por meio do WhatsApp, e contou com a participação de 43 pessoas de Tupã e região. Iniciamos com o questionamento sobre qual gênero se identificam, e o Gráfico 1 mostrou que do público entrevistado 74,4% é feminino e 25,6% masculino.

## Gráfico 1 – Questão qual é gênero

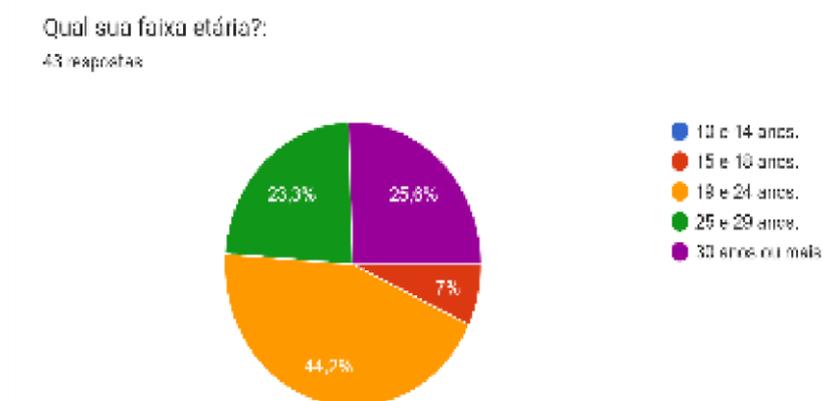
### 1. Você é homem ou mulher?



A próxima questão abordada teve por objetivo identificar a faixa etária do público que tem o interesse conhecer e frequentar o ambiente da Space Game. Por meio disso, constatou-se que o maior número de respostas é da faixa etária dos 18 aos 24 anos, com uma porcentagem de 44,7%.

## Gráfico 2- Qual faixa etária

### 2. Qual sua faixa etária?

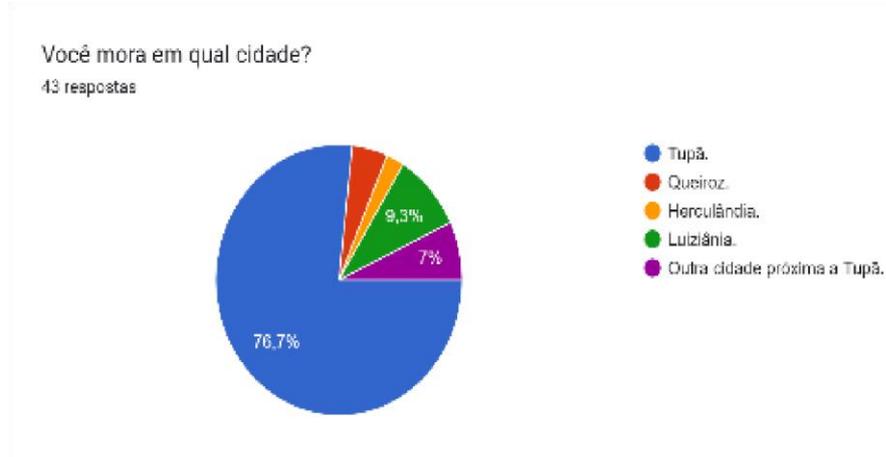


A próxima questão, de acordo com o Gráfico 3, foi destinada para saber de onde seriam a maior parte do público que utilizaria de nossos serviços, sendo 77%

moradores do município de Tupã, município de Luziânia 9,3% e as demais cidades com 7% das respostas.

### Gráfico 3 – Qual cidade

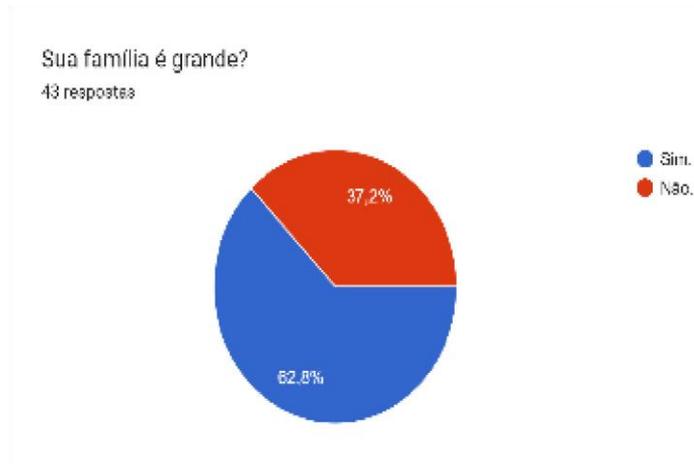
#### 3. Você mora em qual cidade?



A respeito das respostas obtidas pelo Gráfico 4, a porcentagem é dada em base ao tamanho das famílias do público em que respondeu ao questionário. A porcentagem maior é de que 62,8% possuem uma grande família, e de que 37,2% não.

### Gráfico 4 - Proporção da família

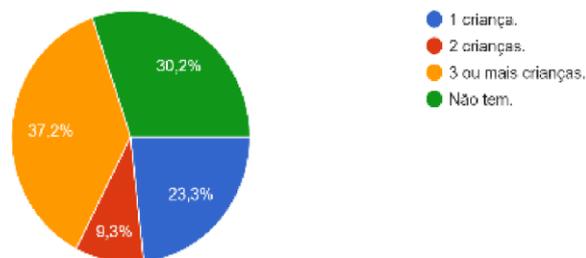
#### 4.Sua família é grande?



A questão de número cinco (Gráfico 5), foi destinada a quantas crianças possuem em cada família, de acordo com os dados obtidos houve uma mínima porcentagem de famílias com crianças. Os resultados mostram que com apenas uma criança a porcentagem é de 23,3%, com apenas duas a porcentagem é de 9,3%, de três a mais a porcentagem é de 37,2% e o restante de 30,2% não tem crianças.

**Gráfico 5 – Quantas crianças na família**  
5. Quantas crianças tem em sua família?

Quantas crianças tem em sua família:  
43 respostas

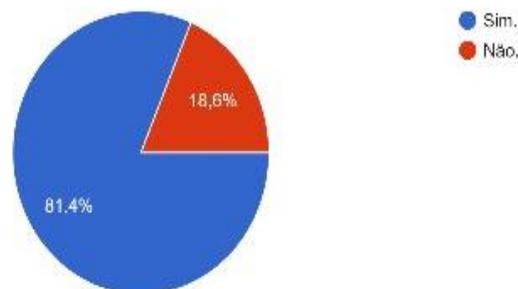


A questão de número seis (Gráfico 6) teve por objetivo abordar ao público o questionamento do entretenimento dado pelo município de Tupã/SP. Os resultados apontam que 81,4% das respostas não há entretenimento para o público, já os 18,6% apontam que sim, há entretenimento.

**Gráfico 6- Entretenimento**

6. Você acha que tem pouco entretenimento para você e sua família na cidade de Tupã?

Você acha que tem pouco entretenimento para você e sua família na cidade de Tupã?  
43 respostas

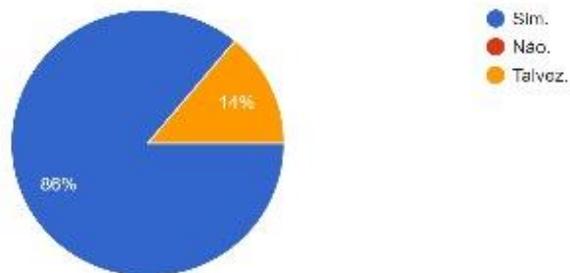


As respostas obtidas no Gráfico 7, tratam se da questão de o público entrevistado frequentar um ambiente como a Space Game. Constatou-se que 86% do público entrevistado afirmam que frequentaria um espaço de lazer para ir com amigos e seus familiares, e um resultado de 14% que talvez frequentaria.

### Gráfico 7 – Participação de centro de lazer

7. Se tivesse na cidade de Tupã um centro de lazer onde você e sua família poderia aproveitar e se divertirem, você gostaria de frequentar?

Se tivesse na cidade de Tupã um centro de lazer onde você e sua família poderia aproveitar e se divertirem , você gostaria de frequentar?  
43 respostas



No Gráfico 8, foi abordada a pergunta a respeito dos valores em que o público pagaria para frequentar a Space Game, os dados apontam que 65,1% pagaria o valor de R\$40,00, 27,9% pagaria o valor de R\$50,00 e apenas 7% do público pagaria o valor de R\$60,00 ou mais para frequentar o ambiente.

### Gráfico 8 – Valor a ser pago por lugar de lazer

8. Qual o valor que você pagaria para frequentar esse lugar?

Qual o valor que você pagaria para frequentar esse lugar?

43 respostas



Ao finalizar o questionário, o último gráfico da pesquisa (Gráfico 9) aponta os resultados dados a pergunta do que o público acha sobre o espaço fornecer aos clientes a possibilidade do uso para festas de aniversário. Verificou-se que 97,7% do público achariam interessante o ambiente proporcionar um espaço para festas de aniversário, já o restante das respostas aponta que não.

## Gráfico 9

9. Você acharia legal o local ter um espaço para fazer festas de aniversário?

Você acharia legal o local ter um espaço para fazer festas de aniversário?

43 respostas



## **4.4 Plano Marketing**

### **4.4.1 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços**

A empresa Space Game é voltada para todo o público, com o intuito de promover diversão, com jogos on-line, camas elásticas, pula-pula, jogos de mesa para adultos e crianças. O espaço kids contará com cuidadores. O espaço também poderá ser alugado para festas. A empresa será localizada na região de Tupã e trabalhará com o sistema de vendas de ingresso, para que o cliente fique à vontade para utilização de todos os brinquedos do espaço.

### **4.4.2 Preço**

O serviço oferecido seria algo diferente para o lazer com a família e, por isso, as vendas dos ingressos serão feitas pela loja física e on-line QR Code, os valores são de acordo com a idade do cliente, crianças e estudantes pagam meia entrada (R\$ 15,00), e adultos são inteiras (R\$ 30,00). O preço seria estimado em R\$ 30,00 o valor da entrada inteira durante 4 horas.

O pagamento do ingresso comprado de forma on-line é apresentado por Qr code na entrada. O atendimento do serviço seria de quinta e sexta feira das 13h às 19h, sábado das 10h às 20h da noite e domingo das 10h às 18h e aos feriados.

### **4.4.3 Estratégias Promocionais**

A Space Game usará as redes sociais para fazer a divulgação do espaço, além de rádios e entrega de panfletos pela cidade. Nas datas comemorativas haverá atrações temáticas e nos aniversários o cliente conseguirá alugar o estabelecimento com exclusividade.

### **4.4.4 Estrutura de Comercialização**

A empresa Space Gamer será implantada no município de Tupã/Sp, em um ponto estratégico da região central do município, em que há uma grande concentração

de lojas, restaurantes entre outros. A empresa terá ambiente climatizado, agradável e com amplo espaço para que o cliente se sinta confortável e a vontade. Para o espaço contaremos com monitores para dar apoio e segurança aos clientes, auxiliando no uso dos brinquedos e direcionando aos ambientes desejados por eles. Atenderemos de maneira presencial e por meio das redes sociais para informações.

Além disso, teremos uma praça de alimentação e contaremos com pacotes para festas, aonde o cliente tem a opção de escolher montar sua festa utilizando todos os ambientes do espaço.

#### 4.4.5 Localização da Empresa

##### **Quadro 12 - Localização da Empresa**

Endereço da Empresa: R. Mandaguaris, 274	
Bairro: Centro	Cidade/Estado: Tupã
Telefone/Fax 14 3491-5060	

Fonte: Elaborado pelos autores

A escolha do local pela empresa Space Gamer, deve-se ao fato de ser um local de grande fluxo de pessoas e de fácil acesso aos clientes. Não há um local específico para estacionamento, porém, os clientes podem estacionar seus veículos nas proximidades, sem maiores problemas.

## 4.5 Plano Operacional

### 4.5.1 Layout ou Arranjo Físico

**Figura 1** - Layout ou Arranjo Físico



Fonte: Elaborado pelos autores

### 4.5.2 Capacidade Produtiva

O Space Game funcionará de quinta-feira a domingo das 14:00 às 22:00, totalizando 32 horas trabalhadas por semana.

Realizaremos os serviços de entretenimento e lazer sendo definida nossa capacidade na tabela descrita abaixo:

### 4.5.3 Necessidade de Pessoal

**Quadro 13** - Necessidade de Pessoal

<b>Cargo</b>	<b>Função</b>	<b>Qualificação Necessária</b>
Coordenador de mídias sociais.	Produzir conteúdo e divulgar	Tecnologia em Marketing Digital.
Recepcionista	Recepcionar, informar o cliente e receber pagamentos	Ótima comunicação, pontualidade e no mínimo o ensino médio completo
Monitor	Tem a função de coordenar, organizar e monitorar o uso	Comunicação clara, pontualidade, ser atencioso

	dos brinquedos, garantindo a diversão com segurança.	e ter no mínimo ensino médio completo.
Limpeza	Manter o ambiente limpo e organizado.	Ser organizada(o), ser responsável e comprometido.
Administrador	Responsável por planejar, organizar, coordenar e controlar as atividades do departamento.	Técnico em administração.
Analista financeiro	Avaliar investimentos, gerenciar as finanças da empresa, identificar tendências.	Técnico em Contabilidade.

Fonte: Elaborado pelos autores

## 4.6 Plano Financeiro

### 4.6.1 Estimativa dos investimentos

#### A – Máquinas e equipamentos – Produção / Prestação de serviço

**Tabela 1 - Máquinas e equipamentos**

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Computadores gamer	5	R\$ 2.787,30	R\$13.936,50
2	Brinquedão	1	R\$185.000,00	R\$185.00,00
3	Máquina de pegar pelúcia	3	R\$11.790,00	R\$35.370,00
4	Sinuca	2	R\$15.790,00	R\$31.580,00
5	Playstation 5	3	R\$ 3,828,95	R\$11.486,85
6	Fliperama	3	R\$ 6.900,00	R\$20.700,00
7	Painel sensorial	2	R\$ 1.245,00	R\$2.490,00
8	Trampolim de Parque	1	R\$ 205.246,71	R\$205.246,71
9	Trampolim para crianças	1	R\$527,00	R\$527,00
10	Notebook	2	R\$1259,00	R\$2.518,00
			Sub-Total	R\$508.855,06

Fonte: Elaborado pelos autores

**B – Móveis e utensílios****Tabela 2 - Máquinas e equipamentos**

	<b>Descrição</b>	<b>Qtde</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
1	Kit mesas	20	R\$419,00	R\$8.399,80
2	Balcão	1	R\$1033,50	R\$1033,50
3	Lixeiras para recepção	2	R\$59,90	R\$119,80
4	Impressora	1	R\$469,00	R\$469,00
5	Armário	4	R\$939,99	R\$3759,96
6	Sofá	3	R\$2.843,91	R\$8531,73
7	Puffs	5	R\$340,00	R\$1700,00
8	Televisões	7	R\$1946,55	R\$13.625,85
9	Lixeiras para praça de alimentação	2	R\$849,89	R\$1699,78
10	Refrigerados expositores	1	R\$3127,08	R\$3.127,08
11	Meias antiderrapantes	300	R\$5,00	R\$1.500,00
12	Celular	1	R\$2879,10	R\$2879,10
13	Comunicador profissional	8	R\$199,00	R\$398,00
14	Ar condicionado	8	R\$ 2,715,99	R\$21,727,92
			<b>Sub-Total</b>	<b>R\$ 70.144,22</b>

Fonte: Elaborada pelos autores

#### 4.6.1.1 Estimativa dos investimentos pré-operacionais

**Tabela 3 - Estimativa dos investimentos pré-operacionais**

<b>Investimentos Pré-Operacionais</b>	
<b>INVESTIMENTOS</b>	<b>R\$</b>
Despesas de legalização	R\$ 1.100,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 150.000,00
Divulgação	R\$ 5.288,00
Cursos e treinamentos	R\$ 1.200,00
Outras despesas	R\$ 14.400,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 171.988,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores

## 4.6.2 Estimativa do faturamento da empresa

**Tabela 4** - Estimativa do faturamento da empresa

ANO	MESES	Criança		Adolescente		Adulto	
		Vendas	Preço	Vendas	Preço	Vendas	Preço
			R\$ 65,00		R\$ 75,00		R\$ 85,00
2024	Janeiro	1150	R\$ 74.750,00	950	R\$ 71.250,00	500	R\$ 42.500,00
2024	Fevereiro	600	R\$ 39.000,00	500	R\$ 37.500,00	290	R\$ 24.650,00
2024	Março	410	R\$ 26.650,00	370	R\$ 27.750,00	220	R\$ 18.700,00
2024	Abril	450	R\$ 29.250,00	200	R\$ 15.000,00	180	R\$ 15.300,00
2024	Maio	250	R\$ 16.250,00	260	R\$ 19.500,00	190	R\$ 16.150,00
2024	Junho	350	R\$ 22.750,00	230	R\$ 17.250,00	250	R\$ 21.250,00
2024	Julho	800	R\$ 52.000,00	750	R\$ 56.250,00	300	R\$ 25.500,00
2024	Agosto	290	R\$ 18.850,00	330	R\$ 24.750,00	300	R\$ 25.500,00
2024	Setembro	320	R\$ 20.800,00	290	R\$ 21.750,00	270	R\$ 22.950,00

2024	Outubro	1200	R\$ 78.000,00	400	R\$ 30.000,00	350	R\$ 29.750,00
2024	Novembro	800	R\$ 52.000,00	570	R\$ 42.750,00	300	R\$ 25.500,00
2024	Dezembro	1300	R\$ 84.500,00	790	R\$ 59.250,00	380	R\$ 32.300,00
<b>TOTAL</b>		7920	R\$ 514.800,00	5640	R\$ 423.000,00	R\$ 3.530,00	R\$ 300.050,00

Fonte: Elaborado pelos autores

**Tabela 5 –** Continuação estimativa do faturamento da empresa

Armários			Meia	Festa		QUANTIDADE VENDIDA	FATURAMENTO
Vendas	Preço		Preço	Vendas	Preço		
	R\$ 25,00	<b>Vendas</b>	R\$ 25,00		R\$ 3.500,00		
200	R\$ 5.000,00	200	R\$ 5.000,00	6	R\$ 21.000,00	2606	R\$ 209.500,00
180	R\$ 4.500,00	150	R\$ 3.750,00	4	R\$ 14.000,00	1394	R\$ 115.150,00
130	R\$ 3.250,00	100	R\$ 2.500,00	4	R\$ 14.000,00	1004	R\$ 87.100,00
110	R\$ 2.750,00	80	R\$ 2.000,00	4	R\$ 14.000,00	834	R\$ 73.550,00
90	R\$ 2.250,00	95	R\$ 2.375,00	4	R\$ 14.000,00	704	R\$ 65.900,00

85	R\$ 2.125,00	80	R\$ 2.000,00	6	R\$ 21.000,00	836	R\$ 82.250,00
200	R\$ 5.000,00	250	R\$ 6.250,00	5	R\$ 17.500,00	1855	R\$ 151.250,00
90	R\$ 2.250,00	100	R\$ 2.500,00	4	R\$ 14.000,00	924	R\$ 83.100,00
85	R\$ 2.125,00	100	R\$ 2.500,00	4	R\$ 14.000,00	884	R\$ 79.500,00
220	R\$ 5.500,00	250	R\$ 6.250,00	6	R\$ 21.000,00	1956	R\$ 158.750,00
270	R\$ 6.750,00	110	R\$ 2.750,00	5	R\$ 17.500,00	1675	R\$ 137.750,00
300	R\$ 7.500,00	200	R\$ 5.000,00	6	R\$ 21.000,00	2476	R\$ 197.050,00
1650	R\$ 49.000,00	1.515	R\$ 37.875,00	1650	R\$ 203.000,00	18740	R\$ 1.527.725,00

Fonte: Elaborado pelos autores

### 4.6.3 Capital de giro

#### 4.6.3.1 Prazo médio de vendas

**Tabela 6 – Prazo médio de vendas**

<b>Prazo médio de <u>vendas</u></b>	<b>% de vendas</b>	<b>Número de dias</b>	<b>Média ponderada em dias</b>
À vista	40%	0	0
À prazo	60%	30	18
À prazo	0%		0
À prazo	0%		0
<b>Prazo médio total</b>			<b>18</b>

Fonte: Elaborado pelos autores

#### 4.6.3.2 Prazo médio de compra

**Tabela 7 - Prazo médio de compra**

<b>Prazo médio de compras</b>	<b>% de vendas</b>	<b>Número de dias</b>	<b>Média ponderada em dias</b>
À vista	30%	0	0
À prazo	70%	30	21
À prazo			0
À prazo			0
<b>Prazo médio total</b>			<b>0</b>

Fonte: Elaborado pelos autores

**Tabela 8 – Capital de giro**

<b>Capital de giro</b>	
Custo fixo mensal	R\$ 106.925,36
Custo variável mensal	
Custo total da empresa	R\$ 106.925,36
Custo total diário	R\$ 3.564,18
Necessidade líquida de capital de giro (em dias)	28
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 99.797,04</b>

Fonte: Elaborada pelos autores

**Tabela 9 – Descrição dos investimentos**

<b>Descrição dos investimentos</b>	<b>Valor (R\$)</b>	<b>(%)</b>
Investimentos fixos	R\$ 578.999,28	68%
Capital de giro	R\$ 99.797,04	12%
Investimos pré-operacionais	R\$ 171.988,00	20%
<b>Total</b>	<b>R\$ 850.784,32</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelos autores

**Tabela 10 - Fontes de recursos**

<b>Fontes de recursos</b>	<b>VALOR (R\$)</b>	<b>(%)</b>
Recursos próprios	R\$ 900.000,00	100%
Recursos de terceiros		0%
Outros		0%
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 900.000,00</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelos autores

#### 4.6.4 Estimativa de custos variáveis

##### 4.6.4.1 Custo unitário do produto

**Tabela 11- Produto**

<b>Material</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Custo unitário (r\$)</b>	<b>Total (r\$)</b>
Meias	150	R\$5,00	R\$750,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$750,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores

##### 4.6.4.2 Estimativa dos custos de comercialização

**Tabela 12 -Estimativa dos custos de comercialização**

<b>Custos de comercialização</b>			
<b>Descrição</b>	<b>%</b>	<b>Faturamento estimado</b>	<b>Custo total R\$</b>
<b>1. IMPOSTOS</b>			

IMPOSTOS FEDERAIS			
SIMPLES	16%	R\$1.527.725,00	R\$244.436,00
IRPJ	16%	R\$1.527.725,00	R\$ -
PIS	0%	R\$1.527.725,00	R\$ -
COFINS	0%	R\$1.527.725,00	R\$ -
CSLL	0%	R\$1.527.725,00	R\$ -
IMPOSTOS ESTADUAIS			
ICMS	0%	R\$1.527.725,00	R\$ -
IMPOSTOS MUNICIPAIS			
ISS- IMPOSTO SOBRE SERVIÇO	0%	R\$1.527.725,00	R\$ -
SUBTOTAL 1			R\$
2. GASTOS COM VENDAS			
COMISSÕES	0%	R\$1.527.725,00	R\$
PROPAGANDA	0,07%	R\$1.527.725,00	R\$1.069,41
TAXA DE ADM. DO CARTÃO	3,00%	R\$1.527.725,00	R\$45.831,75
Subtotal 2			R\$1.602.404,75
Total (subtotal 1 + 2)			R\$8.368.856,05
Custos de comercialização (por unidade)			

Fonte: elaborado pelos autores

#### 4.6.4.3 Apuração dos custos dos materiais diretos e serviço

**Tabela 13** - Apuração dos custos dos materiais diretos e serviço

Custos de materiais diretos			
Produto/ serviço	Estimativa de vendas (unidades)	Custo unitário de materiais/ aquisição R\$	CMV/CM
			R\$
Meia Antiderrapante	1515	R\$ 5,00	R\$ 7.575,00
Total			R\$ 7.575,00

Fonte: Elaborado pelos autores

## 4.6.5 Estimativa de custos fixos

**Tabela 14** - Estimativa de custos fixos

<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>CUSTO MENSAL (R\$)</b>	<b>CUSTO ANUAL (R\$)</b>
Aluguel	R\$ 8.000,00	R\$ 96.000,00
Condomínio		R\$ -
IPTU	R\$ 666,67	
Água	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00
Energia Elétrica	R\$ 4.200,00	R\$ 50.400,00
Telefone	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Honorário do contador	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Pró- Laboré	R\$ 18.000,00	R\$ 216.000,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 320,00	R\$ 3.840,00
Salários + Encargos	R\$ 25.158,87	R\$ 301.906,44
Material de limpeza	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00
Material de escritório	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Combustível	R\$ -	R\$ -
Taxas Diversas	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
Serviços de terceiros		R\$ -
Depreciação	R\$ 48.279,82	R\$ 579.357,84
Outras despesas	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
		R\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 106.925,36</b>	<b>R\$ 1.275.104,28</b>
Custo fixo (por unidade)		R\$ 68,03

Fonte: Elaborada pelo autor

Estimativa de mão de obra

**Tabela 15** – Estimativa de mão de obra

<b>FUNÇÃO</b>	<b>Nº DE EMPREG.</b>	<b>SALÁRIO MENSAL (R\$)</b>	<b>% DE ENCARGOS SOCIAIS</b>	<b>ENCARGOS SOCIAIS (R\$)</b>	<b>TOTAL (R\$)</b>
Monitor	5	R\$1.412,00	33%	R\$ 463,42	R\$ 9.377,09
Recepcionista	2	R\$1.412,00	33%	R\$ 465,96	R\$ 3.755,92
Coordenador de mídias sociais	1	R\$1.929,00	33%	R\$ 636,57	R\$ 2.565,57
Serviços gerais	2	R\$1.412,00	33%	R\$ 465,96	R\$ 3.755,92
Administrador	1	R\$2.119,00	33%	R\$ 699,27	R\$ 2.818,27
Analista financeiro	1	R\$2.170,00	33%	R\$ 716,10	R\$ 2.886,10
<b>TOTAL</b>					<b>R\$ 25.158,87</b>

Fonte: Elaborado pelos autores

#### 4.6.5.1 Estimativa do custo com depreciação

**Tabela 16** - Estimativa do custo com depreciação

<b>ATIVOS FIXOS</b>	<b>VALOR DO BEM (R\$)</b>	<b>VIDA ÚTIL EM ANOS</b>	<b>DEPRECIÇÃO ANUAL (R\$)</b>	<b>DEPRECIÇÃO MENSAL (R\$)</b>
---------------------	---------------------------	--------------------------	-------------------------------	--------------------------------

Computador gamer	R\$2.787,30	4	R\$696,83	R\$58,07
Brinquedão	R\$185.000,00	10	R\$18.500,00	R\$1.541,67
Máquina de pegar pelúcia	R\$11.790,00	10	R\$1.179,00	R\$98,25
Sinuca	R\$15.790,00	10	R\$1.579,00	R\$131,58
Playstation 5	R\$3.828,95	5	R\$765,79	R\$63,82
Fliperama	R\$6.000,00	10	R\$600,00	R\$50,00
Painel sensorial	R\$1.245,00	5	R\$249,00	R\$20,75
Trampolim de parque	R\$205.246,71	10	R\$20.524,00	R\$1.710,33
Trampolim para criança	R\$527,00	10	R\$52,70	R\$4,39
Notebook	R\$1.259,00	3	R\$419,67	R\$34,97

**TOTAL:****R\$48.279,82**

Fonte: Elaborada pelos autores

## 4.6.5.2 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

**Tabela 17** - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

DESCRIÇÃO	CUSTO MENSAL (R\$)
Aluguel	R\$ 8.000,00
Condomínio	
IPTU	R\$ 666,67
Água	R\$ 500,00
Energia Elétrica	R\$ 4.200,00
Telefone	R\$ 100,00
Honorário do contador	R\$ 300,00
Pró- Labore	R\$ 18.000,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 320,00

Salários + Encargos	R\$	25.158,87
Material de limpeza	R\$	500,00
Material de escritório	R\$	100,00
Combustível	R\$	-
Taxas Diversas	R\$	400,00
Serviços de terceiros		
Depreciação	R\$	48.279,82
Outras despesas	R\$	400,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>106.925,36 R\$</b>

Fonte: Elaborada pelos autores

#### 4.6.6 Demonstrativo de Resultados do Exercício – DRE

**Tabela 18** - Demonstrativo de resultados do exercício – DRE

DESCRIÇÃO	R\$
Receita total com vendas	R\$ 1.527.725,00
Custos variáveis totais	R\$ 750,00
(-) Custos com materiais diretos e/ou cmv (*)	R\$ 7.575,00
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 194.173,85
(-) Gastos com vendas	R\$ 46.904,75
Subtotal	R\$ 1.526.975,00
Margem de contribuição	R\$ 1.526.975,00
Custos fixos totais	R\$ 1.275.104,28
Resultado operacional (lucro/prejuízo)	R\$ 251.870,72

Fonte: Elaborado pelos autores

#### 4.6.7 Ponto de equilíbrio

**Tabela 19-** Ponto de Equilíbrio

Ponto de Equilíbrio	
Índice da Margem de Contribuição	1,00
Custo Fixo	R\$ 1.275.104,28
<b>Total</b>	<b>R\$ 1.275.730,57</b>

Fonte: Elaborada pelo autor

Isso quer dizer que é necessário que a empresa tenha uma receita total de R\$1.527.725,00 ao ano para cobrir todos os seus custos.

#### 4.7 Avaliação estratégica

**Quadro 14-** Avaliação estratégica

	<b>Fatores Internos (Controláveis)</b>	<b>Fatores Externos (Incontroláveis)</b>
<b>Pontos Fortes</b>	<b>Forças</b> Variedade de jogos. Ambientes com diferente temáticas. Preços competitivos. Atendimento de excelência ao cliente. Espaço inclusivo para pessoas com Pcd.	<b>Oportunidades</b> Localização privilegiada. Variedade de público-alvo. Demanda maior devido a falta de entretenimento na cidade. Tem ampla variedades de ambiente, o que atrai consumidores das cidades da região.
<b>Pontos Fracos</b>	<b>Fraquezas</b> Pouca visibilidade do setor. A falta de diversidade nas atrações oferecidas. Problemas de manutenção das instalações. Escassez de atividades para diferentes faixas etárias.	<b>Ameaças</b> Restrições regulatórias e até mesmo crises econômicas que afetem o poder de compra do público. Concorrência de outras empresas de entretenimento e parques. Mudanças nas preferências das famílias em relação a atividades de lazer.

Fonte: Elaborado pelos autores

Conclui-se que a empresa terá pontos fortes devido sua localização ser no centro comercial do município. A falta do setor facilitará sua visibilidade, por ser um meio de entretenimento inovador e criativo. Apesar de algumas ameaças que a empresa possa enfrentar, acredita-se que os diferenciais e oportunidades se destacam, podendo ser resilientes a demanda do negócio.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste estudo foi avaliar a viabilidade da abertura da empresa Space Game no município de Tupã/SP. Para atingir os resultados do presente trabalho, foram feitas pesquisas para se entender melhor o setor de atuação e sua atual situação no Brasil. A ideia desta empresa é disponibilizar serviços no ramo do

entretenimento e lazer podendo fornecer diversas atrações e jogos em um ambiente temático, voltado para famílias e amigos.

Foi feita uma pesquisa de mercado para avaliar se os clientes gostariam destes tipos de serviços, foi efetuado um questionário por meio do Google Forms, e 86% dos 43 entrevistados responderam que gostariam de ir/ frequentar esse tipo de ambiente. Foi elaborada também uma pesquisa de concorrentes e foi apurado que as opções de espaços que oferecem esse serviço no município de Tupã/SP são escassas, portanto, apesar de tais concorrentes ainda se torna viável este negócio.

Segundo a análise dos fornecedores constatamos que há uma grande variedade de fornecedores viáveis com custo-benefício, entrega rápida e de confiança, que fornecerão produtos e equipamentos de qualidade e com rapidez. Já o marketing da empresa será por meio de mídias sociais como: Facebook, Instagram, emissoras de rádio local e site da própria empresa.

Em relação ao Plano Financeiro, destaca-se que será investido um valor de R\$ 900.000,00 reais entre os 6 sócios, com o faturamento anual de R\$(1.527.725,00) reais, constatando a viabilidade da ideia do negócio.

Também foi feita a análise de SWOT, e concluiu-se que as ameaças e fraquezas reunidas como a pouca visibilidade do setor, a falta de diversidade nas atrações oferecidas, problemas de manutenção das instáveis, as restrições regulatórias, as crises econômicas e a concorrência de outras empresas do mesmo ramo de mercado, não impedem a viabilidade da abertura da empresa, devido as oportunidades e forças como localização privilegiada, variedade de público- alvo, uma maior demanda devido à falta de entretenimento na cidade, a ampla variedade no ambiente, a variedade de jogos, a inclusão que o espaço oferece e o atendimento de qualidade, superam de maneira significativa as ameaças e fraquezas.

Conclui-se que o empreendimento é viável devido todos os pontos citados acima serem resultados positivos e diferenciais como a adoção de estratégias que proporcionarão ao cliente um serviço com qualidade igual ou superior aos concorrentes, responsabilidade, comprometimento, pro atividade e agilidade no atendimento em que são itens que se destacarão na empresa

## REFERÊNCIAS

SEBRAE. **Parques temáticos oferecem bons negócios para empreendedores da região:** diversão para turistas, os parques temáticos são uma excelente oportunidade para micro e pequenos empresários da região onde se localizam. Diversão para turistas, os parques temáticos são uma excelente oportunidade para micro e pequenos empresários da região onde se localizam. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/parques-tematicos-oferecem-bons-negocios-para-empreendedores-da-regiao,3a0ef2c4bb795810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 29 nov. 2023.

SANTANA, Ana Lucia. **Entretenimento**. 2006. 2 f. Tese (Doutorado) - Curso de Mestrado em Teoria Literária, Usp, <https://www.infoescola.com/sociologia/entretenimento/>, 2006. Cap.

LOPES, Rodrigo Herrero. **Entretenimento – O que é? Entretenimento X Indústria Cultural**. 2019. 1 f. Tese (Doutorado) - Curso de Mestre em América Latina, Práticas Políticas e Relações Internacionais., Usp, <https://www.gestaoeducacional.com.br/entretenimento-o-que-e/>, 2019. Cap.

LOPES, F. Willams R. **O que é Lazer**. Blog Café com Sociologia. mar. 2021. Disponível em: [tps://cafecomsociologia.com/conceito-lazer/](https://cafecomsociologia.com/conceito-lazer/)

FRANQUIAS. **Franquias de Entretenimento e Lazer**. 2021. Disponível em: <https://franquias.portaldofranchising.com.br/franquias-de-entretenimento-e-lazer/>. Acesso em: 24 nov. 2023

FEBRABRAN. **Indústria de entretenimento e mídia volta aos holofotes e fatura US\$ 33 bi em 2022**. 2023. Disponível em: <https://febrabrantech.febraban.org.br/blog/industria-de-entretenimento-e-midia-volta-aos-holofotes-e-fatura-us-33-bi-em-2022>. Acesso em: 24 nov. 2023.

REDACAO. **Parques temáticos e entretenimento: a nova tendência no turismo:** segmento aparece cada vez com mais força nas escolhas dos turistas. Segmento aparece cada vez com mais força nas escolhas dos turistas. 2014. Disponível em: <https://www.portaleventos.com.br/news/Parques-tematicos-e-entretenimento:-a-nova-tendencia-no-turismo>. Acesso em: 29 nov. 2023

UNOPAR. **O que é um plano de marketing e qual é sua importância?** 2022. Disponível em: [https://blog.unopar.com.br/plano-de-marketing/?gad\\_source=1&gclid=EALaI\\_QobChMIsZa68KvqggMVZ0VIAB0SawjbEAAYASAAEgl-4fD\\_BwE&gclidsrc=aw.ds](https://blog.unopar.com.br/plano-de-marketing/?gad_source=1&gclid=EALaI_QobChMIsZa68KvqggMVZ0VIAB0SawjbEAAYASAAEgl-4fD_BwE&gclidsrc=aw.ds). Acesso em: 29 nov. 2023

SIMONETTI, Susy Rodrigues. **Lazer e Entretenimento**. 2010. Disponível em: [https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/641/lazereentretenimento\\_pb.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/641/lazereentretenimento_pb.pdf?sequence=3&isAllowed=y). Acesso em: 29 nov. 2023.

FRANCHISING, Portal do. **Sobre as franquias de entretenimento e lazer**. 2022. Disponível em: <https://franquias.portaldofranchising.com.br/franquias-de-entretenimento-e-lazer/>. Acesso em: 01 dez. 2023.

KUSHANO, Elizabete

Sayuri. **[Http://www.uesc.br/cursos/pos\\_graduacao/mestrado/turismo/dissertacao/dissertacao\\_elizabete\\_sayurikushano.pdf](http://www.uesc.br/cursos/pos_graduacao/mestrado/turismo/dissertacao/dissertacao_elizabete_sayurikushano.pdf)**. 2008. Disponível em: [http://www.uesc.br/cursos/pos\\_graduacao/mestrado/turismo/dissertacao/dissertacao\\_elizabete\\_sayurikushano.pdf](http://www.uesc.br/cursos/pos_graduacao/mestrado/turismo/dissertacao/dissertacao_elizabete_sayurikushano.pdf). Acesso em: 01 dez. 2023

## APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL

### INSTRUMENTO PARTICULAR DE CONSTITUIÇÃO DE SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA.

#### SPACE GAME LTDA.

**1. ANDRESSA GOMES**, brasileira, natural de Tupã/SP, solteira, nascido dia 22/02/2000, Gerente, portador do CPF 466.967.200-67, e do RG 40.308.205-5, órgão expedidor SSP e SP, reside na Rua Bezerra de Menezes, 215, Vila Independência, Tupã SP, CEP 17605-440.

**2. BIANCA SANTOS SILVA**, brasileira, natural de Luziânia/SP, solteira, nascida dia 20/01/2005, Gerente administrativo, portadora do CPF:557.158.688-54, e do RG 64.999.755-5, órgão expedidor SSP e SP, reside na Rua Bezerra de Menezes, 215, Vila Independência, Tupã SP, CEP 17605-440,

**3. EDUARDA FERNANDA FAVARO MAIA**, brasileira, natural de Tupã/SP, solteira, nascida dia 05/02/2000, Marketing, portadora do CPF 551.001.388-90, e do RG 55.015.448-3, órgão expedidor SSP e SP, reside na Rua Bezerra de Menezes, 215, Vila Independência, Tupã/SP, CEP 17605-440,

**4. LAÍS DOS SANTOS FERNANDES**, brasileira, natural de Marília/SP, casada, nascido dia 01/03/2000, Recursos Humanos, portador do CPF 117.333.558-24, e do RG 22.832.252-2, órgão expedidor SSP e SP, reside na Rua Bezerra de Menezes, 215, Vila Independência, Tupã/SP, CEP 17605-440.

**5. LUCAS AUGUSTO DA GRAÇA RODRIGUES**, brasileiro, natural de Tupã/SP, solteiro, nascido dia 14/09/2004, Financeiro técnico, portador do CPF 117.333.558-24, e do RG 22.832.252-2, órgão expedidor SSP e SP, reside na Rua Bezerra de Menezes, 215, Vila Independência, Tupã/SP, CEP 17605-440.

**6. MARIA FERNANDA SAMPAIO DO NASCIMENTO**, brasileira, natural de Luziânia / SP, solteira, nascida dia 16/07/2004, supervisor geral, portadora do CPF 528.948.567.45, e RG 78.999.763-7, órgão expedidor SSP e só, reside Rua Bezerra de Menezes, 215, Vila Independência, Tupã/SP, CEP 17605-440.

Resolvem em comum acordo, constituir uma sociedade empresária limitada que se regerá pelas cláusulas e condições seguintes:

1ª. A empresa girará sob o nome de **SPACE GAME LTDA**, e terá sede e domicílio rua Mandaguari, número 274, Centro, Tupã/SP, CEP 17600-050.

2ª. O capital social será R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais), dividido em 900.000 (novecentas mil) quotas no valor unitário de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalmente subscritas e integralizadas pelos sócios, em moeda corrente do País, neste ato, como segue:

<b>SÓCIOS</b>	<b>%</b>	<b>Nº QUOTAS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>ANDRESSA GOMES</b>	16,6	150.000	R\$ 150.000,00
<b>BIANCA SANTOS SILVA</b>	16,6	150.000	R\$ 150.000,00
<b>EDUARDA F. FAVARO MAIA</b>	16,6	150.000	R\$ 150.000,00
<b>LAÍS DOS SANTOS FERNANDES</b>	16,6	150.000	R\$ 150.000,00
<b>LUCAS A. DA GRAÇA RODRIGUES</b>	16,6	150.000	R\$ 150.000,00
<b>MARIA F. S. DO NASCIMENTO</b>	16,6	150.000	R\$ 150.000,00
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>900.000</b>	<b>R\$ 900.000,00</b>

3ª O objeto será no ramo lazer e entretenimento.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 26/07/2024 e seu prazo de duração é indeterminado.

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade cabe exclusivamente à sócia ANDRESSA GOMES com os poderes e atribuições de representá-la ativa, passiva, judicial e extrajudicialmente, sempre na defesa dos interesses sociais, em questões trabalhistas, previdenciários, tributários, financeiros, comerciais e todos os demais atos necessários à gestão da sociedade, respondendo quando for o caso, pelos excessos que vier a cometer, autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao Interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, vedado no entanto onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização dos outros sócios.

Parágrafo único. As procurações outorgadas em nome da sociedade, serão emitidas por prazo determinado, não sendo admitido o substabelecimento com exceção daquelas contendo poderes de natureza ad judicia, que serão por prazo indeterminado, com possibilidade de substabelecimento, devendo ser assinada pelo sócio administrador.

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designará administrador(es) quando for o caso.

10ª A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11ª Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “pro labore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12ª Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade resolva em relação a seu sócio.

13ª O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

14ª Fica eleito o foro de Tupã/SP para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 7 vias.

Tupã, 25 de junho de 2024

---

Andressa Gomes

---

Bianca Santos Silva

---

Eduarda Fernanda Favaro Maia

---

Lais dos Santos Fernandes

---

Lucas Augusto da Graça Rodrigues

---

Maria Fernanda Sampaio do Nascimento

Visto: \_\_\_\_\_ (OAB/SP)  
Nome:

#### APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO

Você é: \*

Homem

Mulher

Qual sua faixa etária?: \*

- 10 e 14 anos.
- 15 e 18 anos.
- 19 e 24 anos.
- 25 e 29 anos.
- 30 anos ou mais.

Você mora em qual cidade? \*

- Tupã.
- Queiroz.
- Herculândia.
- Luiziânia.
- Outra cidade próxima a Tupã.

Sua família é grande? \*

- Sim.
- Não.

Quantas crianças tem em sua família: \*

- 1 criança.
- 2 crianças.
- 3 ou mais crianças.
- Não tem.

Você acha que tem pouco entretenimento para você e sua família na cidade de Tupã? \*

- Sim.
- Não.

Se tivesse na cidade de Tupã um centro de lazer onde você e sua família poderia aproveitar e se divertirem , você gostaria de frequentar? \*

- Sim.
- Não.
- Talvez.

Qual o valor que você pagaria para frequentar esse lugar? \*

- 40 reais.
- 50 reais.
- 60 reais ou mais.

Você acharia legal o local ter um \*  
espaço para fazer festas de  
aniversário?

Sim.

Não.

**APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS**

