

Escola de dança de salão



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	3
Localização.....	5
Exigências Legais e Específicas.....	5
Estrutura.....	6
Pessoal.....	6
Equipamentos.....	8
Matéria Prima/Mercadoria.....	8
Organização do Processo Produtivo.....	9
Automação.....	9
Canais de Distribuição.....	9
Investimentos.....	10
Capital de Giro.....	10
Custos.....	11
Diversificação/Agregação de Valor.....	11
Divulgação.....	12
Informações Fiscais e Tributárias.....	12
Eventos.....	13
Entidades em Geral.....	14
Glossário.....	14
Dicas de Negócio.....	15
Características Específicas do Empreendedor.....	15
Bibliografia Complementar.....	16

1. Apresentação de Negócio

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

Escola de dança de salão é um negócio que está relacionado à socialização. Através da dança as pessoas ampliam seu círculo de amizade, se divertem e desenvolvem novas habilidades. De acordo com a Associação Nacional de Dança de Salão, sediada no Rio de Janeiro, em 2010 comemora-se o bicentenário do primeiro registro de uma aula de dança de salão no Brasil. Praticada por casais, essa modalidade de dança surgiu na Europa, no período renascentista (séculos XV e XVI). É chamada de “salão” porque requer salas amplas para os dançarinos realizarem livremente suas evoluções e porque foi através da sua prática nos salões das cortes europeias que começou a ser valorizada. Do Velho Continente, ela seguiu para as colônias da América, Ásia e África.

A dança de salão chegou ao território brasileiro por obra dos colonizadores portugueses, ainda no século XVI, e mais tarde pelos imigrantes de outras nações da Europa. Num país como o Brasil, com tão fortes e diferentes influências culturais, logo se mesclou aos ritmos dos povos indígenas e africanos, originando novas cadências, tipicamente brasileiras. A dança de salão atrai clientes de todas as idades, porque apresenta uma variedade de ritmos que satisfaz todas as faixas etárias. Entre os ritmos dançados hoje nas gafieiras e bailes de dança de salão, encontram-se: Bolero - tem origem em danças espanholas do século XVIII. Ritmo extremamente romântico, caracteriza-se por seu passo básico “dois pra lá, dois pra cá”. É o primeiro a ser ensinado nas aulas de dança de salão, por ser considerado a base para as outras danças.

Forró - dança nordestina, hoje dividida entre o forró tradicional (com casais mais grudados) e universitário ou “pé de serra” (que incorpora giros e figuras conduzidas pelos braços). Os dois tipos, entretanto, são diferentes do forró ensinado pelas escolas de dança. O forró da dança de salão tem menos contato físico entre o casal (enquanto nas outras modalidades o contato é mais intenso) e o arrastar dos pés no chão menos pronunciado. Lindy hop - a precursora do rock e do soltinho, apareceu nos EUA na década de 30, dançada ao som do swing.

Merengue – originária da República Dominicana, mas também conhecida em Porto Rico, Haiti, Venezuela e Colômbia. É especial para iniciantes, pois apresenta passos fáceis e rápidos, dançados por casais entrelaçados.

Salsa - mistura de ritmos afro-caribenhos, hoje é dançada em dois estilos: cubana (mais requebrados e dançada em curvas) e Los Angeles (dançada em linha com giros mais rápidos). Para quem já dança um pouco.

Samba de gafieira - emergiu no Rio de Janeiro, no final do século XIX, sob ascendência do maxixe e de nomes como Donga e Pixinguinha. Incorpora toda a malandragem e ginga do carioca em desenhos belíssimos, onde o casal realiza extensos deslocamentos pela pista. O

“samba no pé” e as escolas de samba, por sua vez, surgiram nos morros da cidade, guardando maior influência da percussão oriunda do batuque africano.

Samba-rock - também conhecido pelo samba de paulista, é dançado principalmente com os braços e traz todo um swing e uma forte marcação.

Soltinho - a versão carioca para o rock’n’roll, mais lenta que o original, é especialmente indicada para dançar aqueles antigos sucessos dos anos 80 e para o pop brasileiro. Trata-se, na verdade, de uma variação do “two-steps” e do “fox” americanos. O soltinho é também conhecido como “swing”.

Tango – é a dança mais famosa da Argentina. Tem forma musical binária e compasso de dois por quatro. Sua coreografia é complexa e as habilidades dos bailarinos são celebradas pelos aficionados. Segundo Discépolo, "o tango é um pensamento triste que se pode dançar".

Zouk – dança oriunda da lambada, porém com movimentos mais elaborados e sensuais. A dança zouk brasileira possui hoje vários estilos, entre eles o tradicional, o zouk love, o flow, o revolution e o soulzouk.

O público alvo de uma escola de dança de salão varia de acordo com o ritmo da dança. Estilos como a salsa e o merengue atraem mais o público jovem, enquanto o bolero e a dança tradicional são os ritmos preferidos da melhor idade. De acordo com pesquisa do site www.dancadesalao.com.br, as danças preferidas são: samba de gafieira (22.3%), forró (15.2%), salsa (11,2 %), bolero (11%), zouk (9%), tango (8.9%), sapateado (5.4%), samba-rock e soltinho (3.5%). Com índices inferiores a 3% dos votos aparecem o samba-pagode (paulista), o vanerão, o samba no pé, o cha-cha-chá, a valsa, o rasqueado e o merengue.

As aulas podem ser oferecidas na modalidade particular ou em grupo, sendo que as em grupo podem ser por ritmo ou por pacote de estilos como jazz, valsas, polcas, sapateado, forró, lambada, gafieira, samba etc. De acordo com os empresários do setor, as pessoas que mais procuram as escolas pertencem ao sexo feminino. Segundo o professor carioca Carlinhos de Jesus, com um mês de aulas já é possível ensaiar os primeiros passos sem pisar no pé alheio. “Com três meses de dedicação e um pouquinho de talento, o aluno está apto a sair rodopiando por aí”, garante.

A dança de salão ainda proporciona uma atividade para o exercício físico que pode trazer benefícios à saúde, lazer e bem estar. O gasto calórico de uma hora de forró, em ritmo acelerado, por exemplo, é equivalente ao de uma hora de spinning, uma das atividades mais desgastantes das academias. Além disso, a dança trabalha a coordenação motora, agilidade, ritmo e percepção espacial, desenvolve a musculatura corporal de forma integrada e é um excelente exercício para pernas e glúteos.

Entre os diversos benefícios da dança de salão, destacam-se:

- melhor aproveitamento e satisfação da vida social;
- elevação da autoestima;
- conhecimento de pessoas e conquista de novas amizades;
- auxílio no combate ao stress e à depressão;
- facilidade de interagir em eventos sociais;

- agradar alguém especial;
- frequentar e curtir mais festas;

·acabar com a timidez; ·destacar-se na pista de dança; ·relaxamento;

·capacidade de equilibrar a mente e o corpo;

·aprimorar a expressão corporal;

·aceitar todos os convites para dançar. Duas iniciativas da Assembleia Legislativa Rio de Janeiro reconhecem oficialmente a dança de salão como relevante manifestação cultural e importante fonte de lazer da população: 1) a aprovação, em junho deste ano, do Projeto de Lei 2871/2010, declarando a dança de salão patrimônio imaterial daquele Estado; 2) a criação, em 2000, da Semana da Dança de Salão (Lei nº 3440/2000)

Este documento não substitui o plano de negócio. Para elaboração deste plano consulte o SEBRAE mais próximo.

2. Mercado

Segundo a Associação Nacional de Dança de Salão (Andanças), o número de praticantes das várias modalidades de danças cresceu 30% entre 2005 e 2006, segundo o empresário baiano Edson Henrique, 42 anos. "Quem curte sair à noite para conhecer gente bonita, paquerar e se divertir, tem que saber balançar. É lindo ver os salões lotados de adolescentes e pessoas da 'melhor idade' dançando juntos. Os jovens estão aderindo cada vez mais!". O mercado voltado para o público mais jovem está em ritmo de expansão, como comprovam os números. No último Congresso Internacional de Danças Brasileiras, realizado em abril deste ano, 70% dos participantes tinham até 25 anos. A maior demanda ocorre entre os meses de março e novembro. Nos últimos anos a mídia vem mantendo a dança de salão em evidência. Tudo começou com a novela "O Clone", que criou uma febre da dança do ventre e tem se mantido através de programas como Domingão do Faustão da Rede Globo de Televisão e seu quadro de sucesso, "Dança dos Famosos". Outras emissoras de televisão também possuem programas similares. O mercado está concentrado nas regiões Sudeste e Sul. No Rio de Janeiro, como resultado da reocupação e revitalização de algumas áreas urbanas, novos espaços de música e dança se configuram, somando-se aos antigos e tradicionais em funcionamento, que também crescem, ampliando o cenário da dança de salão. Curitiba, a maior capital da Região Sul, possui hoje 34 escolas de dança, de um total de 68 em atividade no Paraná. A demanda por aulas de dança começou a ganhar consistência também em outras regiões do país. O site www.dancadesalao.com.br mantém um mapa no Google com a localização das escolas, academias, centros de dança, salões ou locais de baile em 58 cidades brasileiras. Em Brasília, por exemplo, segundo o portal www.bsbdanca.com.br, os interessados nessa atividade podem escolher entre 22 escolas especializadas. O mercado de escola de dança de salão é segmentado em infantil, adolescente, adulto e melhor idade. Este último começa a ser visto como um ótimo potencial para a realização de negócios.. Até mesmo segmentos mais tradicionais passam a dar mais atenção à população da terceira idade. Escolas de dança de salão atraem não apenas pela preocupação com a saúde, mas também pela oportunidade de ocupação do tempo e a socialização. Relacionada à qualidade de vida, a dança de salão é apontada pelos especialistas como uma das maiores tendências de comportamento atualmente. Pesquisa 2009 da Universidade do Estado de Santa Catarina revelou que:

- a) as classes de dança de salão apresentam uma preponderância de mulheres (57%);
- b) a maior parte dos alunos está matriculada em alguma universidade (30%), ou já concluiu um curso superior (16%); outros 24% têm o segundo grau completo;
- c) 67% dos praticantes de dança de salão têm ocupação profissional; apenas 3% são aposentados;
- d) 30% frequentam as aulas há mais de dois anos;
- e) metade (50%) começou a dançar porque recebeu convite de amigos ou parentes;
- f) 51% dos que praticam dança de salão optaram pela escola em virtude da qualidade dos professores, enquanto 11% a escolheram por morar perto e 5% decidiram em razão do preço das mensalidades. Este dado sinaliza que o ensino de dança de salão não segue nenhuma teoria de aprendizagem. Ao contrário, as aulas são ministradas de forma espontânea, com pouco embasamento científico, concentradas na figura do professor enquanto aquele especialista que dança bem e que detém o domínio integral dos passos a serem executados na pista de dança.

As escolas de dança de salão sofrem uma competição bastante forte das academias de ginástica, que vêm oferecendo aulas de dança de forma crescente, e também, dos métodos de ensino a distância como: vídeo-aula, filmes, livros, etc. Entretanto, segundo os empresários do setor, a conscientização sobre o efeito da dança no combate ao estresse e ao sedentarismo, aliada às mudanças comportamentais das populações urbanas, tem influenciado de forma positiva a demanda por esta atividade. Afinal, falamos até aqui de uma terapia que cabe em qualquer bolso: gastam-se entre 30 e 200 reais mensais por uma aula semanal.

As escolas de dança de salão oferecem aos alunos diversas opções de programas, conforme as necessidades e interesses de cada um. Em geral, os pacotes se dividem em: Básico Destina-se a ensinar alguns passos fundamentais. Prioriza os elementos mais importantes da dança, tais como, posição dos pés, ritmo, condução, etc.

Intermediário Nesta etapa, o objetivo é desenvolver movimentos mais soltos pela pista de dança, acrescentando variedade, técnica e trabalho dos pés, com ênfase no desenvolvimento do estilo individual. Avançado I

Etapa onde se procura lapidar a naturalidade dos movimentos, o ritmo e a técnica em todas as danças de salão. Ao aprimorar o estilo de cada dança, o aluno irá se sentir mais confiante para dançar com qualquer parceiro, independentemente da música que estiver tocando. Avançado II

Destina-se a quem gosta de fazer demonstrações artísticas e pretende ser uma “estrela da dança de salão”. Busca refinar as coreografias, os estilos e as técnicas, com intuito de despertar a admiração do público e cativá-lo.

3. Localização

A escolha do ponto comercial é de grande importância para o sucesso de uma escola de dança de salão. Recomenda-se que esteja situado numa área com boa concentração de pessoas. Entretanto, lembre-se que as atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas em conformidade com o Plano Diretor Urbano (PDU), lei que determina o tipo de empreendimento que pode funcionar no imóvel escolhido por você. Portanto, este deve ser o primeiro passo para avaliar a implantação de sua empresa.

Feita a "Consulta Prévia ao PDU", certifique-se de que o local escolhido ofereça infraestrutura adequada - serviços de água, luz, esgoto, telefone, internet - e facilite a expansão do negócio.

Os fatores urbanos relacionados à segurança do local são itens importantes. Logo, deve-se evitar a proximidade de terrenos baldios, imóveis abandonados e com má conservação, além de zonas de prostituição. Também é importante observar a qualidade da iluminação pública das ruas próximas. Ruas escuras e pouco iluminadas tendem a afugentar os clientes. Um dos fatores mais importantes na localização da escola de dança de salão é a facilidade de acesso para os clientes. Por essa razão, áreas residenciais ou comerciais onde haja alta concentração de renda são polos de atração de clientes, e por isso devem ser priorizados no momento da escolha. Deve ser considerada a existência de transporte urbano e a facilidade de estacionamento nas proximidades.

4. Exigências Legais e Específicas

A primeira providência para se registrar uma escola de dança de salão é contratar um contador – profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários de inscrição exigidos pelos órgãos públicos.

O contador pode informar também sobre a legislação tributária pertinente ao negócio. Mas atenção: no momento da escolha do prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais indicados por empresários com negócios semelhantes. Para legalizar a empresa, é necessário procurar os órgãos responsáveis e efetivar as devidas inscrições. As etapas do registro são:

Junta Comercial;

Secretaria da Receita Federal (CNPJ);

Secretaria Estadual da Fazenda;

Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;

Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (a empresa ficará obrigada ao recolhimento anual da Contribuição Sindical Patronal);

Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;

Corpo de Bombeiros Militar.

-Conselho Regional de Educação Física – para registro dos professores de dança (Lei 6533/78, que regulamenta a atividade de dançarino e professor de danças e dança de salão).

O Sebrae local poderá ser consultado para orientação.

5. Estrutura

A estrutura de uma escola de dança de salão está relacionada ao perfil do cliente que será alvo do negócio e aos serviços que serão ofertados. Uma estrutura padrão para um negócio de pequeno porte pode ser composta de um ambiente de recepção, sala de aula, banheiros, lanchonete, loja para a venda de produtos e área de administração. Recepção – É o ambiente do primeiro contato com o cliente, geralmente formada por um balcão de atendimento, onde os alunos resolvem as questões relacionadas a matrícula, pagamento de mensalidades, informações gerais e outros assuntos de ordem comercial. Sala de aula – É o ambiente utilizado para as aulas de dança. Deve ser claro e arejado, ter uma iluminação adequada, sistema de ventilação natural ou aparelho de ar-condicionado, sonorização ambiente, espelhos e piso antiderrapante em superfície totalmente plana. São necessários armários individuais em quantidade suficiente para atender todos os clientes. Banheiros – Devem ser confortáveis, limpos e arejados. É aconselhável que estejam próximos das salas de aula. Lanchonete – Deve ser um ambiente agradável e compatível com o conceito da escola de dança, onde os alunos podem se encontrar e conversar de forma descontraída. Loja para venda de produtos – É um espaço opcional que o empresário poderá montar, se entender que a clientela demonstra interesse por roupas especiais, camisetas, meias, calçados para dança, souvenirs, garrafas para água e outros produtos relacionados ao negócio. Se for o caso, poderá desenvolver grife própria. Administração – Espaço direcionado às atividades administrativas tais como: captação de clientes, compras, pagamentos de fornecedores, atendimento a clientes, controles financeiros, relações com colaboradores internos e outras de acordo com as peculiaridades de cada empreendimento. Estacionamento – Se não houver disponibilidade permanente de vagas nas proximidades será necessário realizar convênio com estacionamento próximo.

6. Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento. Uma escola de dança de salão de pequeno porte pode começar com cinco empregados: -dois professores de dança; -um auxiliar de serviços gerais; -uma recepcionista; -um auxiliar administrativo; O empresário deve contratar professores com experiência comprovada e com boas referências de empregos anteriores. Caso prefira capacitar novos colaboradores, deverá procurar cursos específicos existentes no mercado. Não existe a obrigatoriedade de curso superior em dança para os professores, entretanto é necessária a comprovação de que exerce as atividades como professor desde 1995 ou realizar curso de instrução do Conselho Regional de Educação Física. A atividade de caixa pode ser executada pelo empresário ou pelos recepcionistas. A qualidade do atendimento é um item que merece a maior preocupação do empresário, levando-se em consideração que a fidelidade da clientela está intimamente relacionada à excelência do serviço prestado. É necessário estar atento às necessidades e expectativas de cada cliente. Por ser uma atividade em constante mudança é preciso que os professores de dança participem de cursos de atualização e façam intercâmbio com

professores de outras escolas, outros estados e até mesmo de outros países. A qualificação dos profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de funcionários, melhora o desempenho do negócio e diminui os custos trabalhistas com a rotatividade de pessoal. O treinamento dos colaboradores deve desenvolver as seguintes competências:

- Capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes;
- Habilidade de relacionamento;
- Agilidade e presteza no atendimento;
- Bom conhecimento do setor;

Motivação para crescer juntamente com o negócio.

O empreendedor deverá participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências. Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores nessa área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, consequências desagradáveis. O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados. Autônomos

Uma das principais dúvidas dos empreendedores diz respeito à contratação de pessoas físicas (profissionais autônomos) ou jurídicas (empresas) para prestação de serviços sem vínculo empregatício.

A fim de diminuir os encargos sociais, as empresas buscam a “terceirização”. No entanto, é fundamental estar atento ao tipo de atividade que pode ser terceirizada.

Não é possível contratar terceiros para realizarem serviços relacionados às atividades que justificaram a criação da empresa. A contratação pode abranger atividades intermediárias da contratante, desde que não haja relação de emprego entre as partes. Ou seja, a relação entre contratante e contratado não pode ser como aquela existente entre patrão e empregado, caracterizada pelos elementos de subordinação, habitualidade, horário, pessoalidade e salário.

Vantagens da contratação de serviços de terceiros:

- Mais participação dos dirigentes nas atividades-fim da empresa.
- Concentração dos talentos no negócio principal da empresa.
- Maior facilidade na gestão do pessoal e das tarefas.
- Possibilidade de rescisão do contrato conforme as condições preestabelecidas.
- Controle da atividade terceirizada por conta da própria empresa contratada.

Desvantagens que este tipo de contratação pode acarretar:

·Sofrer autuação do Ministério do Trabalho e ações trabalhistas em caso de inobservância das obrigações mencionadas no item acima.

·Fiscalização dos serviços prestados para verificar se o contrato de prestação de serviços está sendo cumprido integralmente, conforme o combinado.

·Risco de contratação de empresa não qualificada.

Antes da contratação, recomenda-se verificar se o pessoal disponibilizado pela empresa terceirizada consta como registrado, e se os direitos trabalhistas e previdenciários estão sendo respeitados e pagos.

7. Equipamentos

A escolha dos móveis e equipamentos deverá levar em consideração o público-alvo e a especialização em determinado segmento. Para um projeto básico, sem lanchonete e sem loja, são necessários os seguintes móveis e equipamentos:

- um microcomputador com acesso à internet;
- uma impressora multifuncional;
- duas linhas telefônicas;
- gaveteiro para guardar dinheiro, cheques e tickets de cartões de débito e crédito;
- equipamento para recebimento através de cartões de débito e crédito (decisão do empreendedor);
- mesas e cadeiras;
- aparelho de som e sistema de amplificação;
- móveis e utensílios de escritório;
- armários;

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho: Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques. Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento. Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta

entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão. Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa. A escola de dança não requer matéria-prima ou mercadorias para o seu funcionamento. Trata-se de serviço e necessita apenas das instalações e da atuação do professor. No caso de instalar-se lanchonete e/ou loja de produtos do gênero, haverá a necessidade de aquisição de mercadorias específicas, definidas de acordo com o projeto desenvolvido.

9. Organização do Processo Produtivo

O controle total do processo de transformação, estoque, caixa, financeiro, entre outros, só é possível com a automação. Por isso, é recomendável a adoção de um sistema informatizado para quem esteja abrindo um negócio, mesmo que pequeno. É fundamental que o empresário do segmento tenha clareza de quais os controles e de que nível de gestão ele precisa. Um software gerencial deve ser projetado de modo a facilitar sua adaptação às necessidades específicas das empresas que o utilizam. A implantação do sistema é feita através do levantamento detalhado das rotinas atuais da escola de dança e adequação do sistema às suas necessidades. O software deve ser útil, de fácil utilização, flexível e em constante evolução.

Alguns itens que um software gerencial deve incorporar: o cadastro: clientes, vendedores, funcionários, produtos, fornecedores, transportadoras; os movimentos: vendas, serviços, orçamentos; os relatórios: serviços a executar, vendas por cliente, por vendedor, comissões por vendedor, vendas por período, vendas a receber, estoque, aniversariantes do mês. as listas: clientes, vendedores, funcionários, produtos, fornecedores, transportadoras; as consultas: preços, recebimentos, vendas; os gráficos de vendas; o financeiro: controle de caixa, cheques recebidos, cheques emitidos, controle de despesas, contas a pagar, controle de funcionários, compras; a segurança: backup dos dados .

10. Automação

Há no mercado uma boa oferta de sistemas para gerenciamento de lojas. Os softwares possibilitam o controle dos estoques, cadastro de clientes, serviço de mala direta para clientes e potenciais clientes, cadastro de móveis e equipamentos, controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, folha de pagamento, fluxo de caixa, fechamento de caixa etc.

11. Canais de Distribuição

Este segmento se caracteriza por entregar os serviços diretamente ao usuário final, na própria escola de dança. Portanto, não existem intermediários envolvidos no processo de torná-los disponíveis aos clientes. Cabe ao dono do negócio definir e estabelecer o fluxo dessa distribuição. Neste sentido, é fundamental que o empreendedor entenda as motivações que levam uma pessoa a escolher uma escola de dança de salão.

12. Investimentos

Investimento compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de se tornar autossustentável. Pode ser caracterizado como: -investimento fixo – compreende o capital empregado na compra de imóveis, equipamentos, móveis, decoração, utensílios, instalações, reformas, etc.; -investimentos pré-operacionais – são todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, projeto de decoração, honorários profissionais e outros; -capital de giro – é o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, geradas pela atividade produtiva da empresa. Destina-se a viabilizar as compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos, taxas, honorários de contador, despesas com vendas, giro de estoques e outros. Para uma escola de dança de salão o empreendedor terá que dispor de capital suficiente para fazer frente aos seguintes itens de investimento: -reforma e adaptação - inclui placa de identificação e mecanismos de segurança; -um microcomputador completo, software e impressora; -infra-estrutura de comunicação – telefone, internet, site; -móveis, equipamentos, etc; -despesas de registro da empresa, honorários profissionais, taxas etc.; -capital de giro para suportar o negócio nos primeiros meses de atividade.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa. O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC). Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa. Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros. Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão. No caso de uma escola de dança de salão, sugere-se que o empresário reserve em torno de 30% do total do investimento inicial para o capital de giro.

14. Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais e despesas fixas. O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Abaixo se elencou algumas categorias referenciais, levantadas por entrevistas junto a empresas similares, com intuito de exemplificar a proporcionalidade dos gastos.

- Água, luz, telefone e acesso a internet: R\$ 400,00;
- Aluguel, taxa de condomínio, segurança: R\$ 1.290,00;
- Assessoria contábil: R\$ 510,00;
- Despesas com armazenamento e transporte: de 5% a 10 % do faturamento;
- Produtos para higiene dos funcionários e limpeza da empresa: R\$ 1.200,00;
- Recursos para manutenções corretivas: cerca de 5% do custo do equipamento ao ano;
- Despesas com vendas, propaganda e publicidade: em torno de 3% das vendas;
- Salários administrativos e pró-labore: R\$ 2.500,00

15. Diversificação/Agregação de Valor

A diversificação de serviços é um item fundamental na agregação de valor de uma escola de dança de salão. O empreendedor poderá oferecer os seguintes itens que farão parte do mix de serviços: -Incentivar a matrícula de duplas, onde o aluno e uma outra pessoa indicada vão pagar uma mensalidade normal e outra com 50% de desconto;- oferecer pacotes individuais, em dupla, ou em grupo;

- contratos bimestrais, trimestrais ou semestrais;
- oferta de brinde ao aluno no ato da renovação do seu contrato;
- espaço de lazer para crianças com orientação pedagógica, enquanto os pais fazem as aulas;
- espaço de convivência para os alunos;
- pacotes especiais para períodos de baixa demanda;
- grupo de apoio para acompanhar os alunos desacompanhados.

Outro serviço que pode ser oferecido fora do espaço da escola é a animação e apresentação em festas e eventos. Diversificar a oferta de ritmos e a criação de novas turmas são fatores essenciais na motivação para a captação de novos clientes. O atendimento personalizado é um fator de alto valor agregado. São fundamentais na construção de relacionamento de longo prazo conhecer quem são os clientes e entender as suas características e necessidades. O negócio de escola de dança de salão está em constante mudança, porque é influenciado por novos ritmos e novidades que exigem muita criatividade e agregação de valor constante. É necessário estar atento para as novas tendências. Os programas de televisão são impulsionadores desse mercado e influenciam as tendências. É importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas, com o objetivo de proporcionar ao cliente um produto diferenciado. Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante para o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, além de cativar novos.

16. Divulgação

Os meios para divulgação de uma escola de dança de salão variam de acordo com o porte e o público-alvo escolhido. Para um empreendimento de pequeno porte é aconselhável trabalhar com indicação da própria clientela. Uma política de desconto para quem indicar um amigo vai gerar listas para um trabalho de marketing direto. Podem-se utilizar panfletos direcionados para diversos públicos e distribuí-los em local de grade circulação de pessoas, ou de forma dirigida para públicos específicos como: estudantes de nível superior, freqüentadores de academias que não possuem a opção de dança, ou desenvolver parcerias com empresas e outras instituições, oferecendo descontos para empregados. A divulgação através de site na internet representa uma possibilidade de comunicação muito interessante, agregando serviços ao site tais como convites virtuais, informações sobre bailes, eventos e pacotes oferecidos. A identidade visual do site deve ser planejada para oferecer os serviços da escola de dança de salão, aproximar e fazer contatos com novos e potenciais clientes. Estratégias de comunicação dirigidas às redes sociais (Orkut, Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, Digg, MySpace, etc) também podem ser implementadas para promover o negócio. A promoção de bailes e festivais proporciona oportunidade de treino para os alunos e também serve para fixar a marca da escola para convidados e público em geral e mostra a dança como meio de integração das pessoas. O patrocínio de eventos como festivais e bailes é uma ótima oportunidade de divulgação da imagem da empresa e das suas características e diferenciais. Na medida do interesse e das possibilidades, poderão ser utilizados anúncios em jornais de bairro, jornais de grande circulação, rádio, revistas e outdoor. Se for de interesse do empreendedor, um profissional de marketing e comunicação poderá ser contratado para desenvolver campanha específica. O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, quando puder, superar as expectativas do cliente. Ao final, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de ESCOLA DE DANÇA DE SALÃO, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 8592-9/01 como a atividade de instituições que oferecem cursos independentes ligadas ao ensino de dança, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua

atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>):

azenda.gov.br/SimplesNacional/):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ISSQN (imposto sobre serviços de qualquer natureza);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 17,50% a 22,90%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

MEI (Microempreendedor Individual): para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm>), Neste caso, este segmento não pode se enquadrar no MEI, conforme Res. 94/2001.

Para este segmento, tanto ME ou EPP, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

18. Eventos

A seguir, são indicados alguns eventos tradicionais sobre escola de dança de salão.

Congresso Internacional de Danças Brasileiras – Br Danças Evento anualLocal: Centro Coreográfico do Rio de Janeiro – Rio de Janeiro - RJ brdancas@dancecom.com.br (21) 2565-7330 www.dancecom.com.br Baila Floripa – Mostra de Dança de Salão de FlorianópolisEvento anual promovido pela Associação Catarinense de Dança de Salão – ACADS.acads@acads.org.br

Congresso Mundial de Salsa do Brasil Evento anualLocal: São Paulo - SPwww.salsacongress.com.br

19. Entidades em Geral

Relação de entidades para eventuais consultas:

- Conselho Internacional de Dança – CIDwww.cid-unesco.org/site/index.php

- Andanças - Associação Nacional de Dança de Salão

- Sindicato dos Profissionais da Dança do Estado de São Paulo – SINDDANÇAwww.sinddanca.com.br/index1.htmRua Dona Maria Paula, 122 – Conjunto 1507 – CentroCEP 01319-000 – São Paulo – SPTelefone: (11) 3106-6802

- Sindicato dos Profissionais da Dança do Estado do Rio de Janeiro-SPDRJwww.spdrj.com.brindicato@spdrj.com.brAv. Presidente Vargas 583B, salas 2206/2207 - Centro CEP:20071-003 – Rio de Janeiro - RJTelefones: (21) 2531-7541 e (21) 2224-5913

- Conselho Federal de Educação Física - CREF Rua do Ouvidor 121, 7º andar – Centro CEP: 20040-030-Rio de Janeiro – RJ(21) 2526-7179 / 2252-6275 www.confef.org.br Associação Nacional de Dança de Salão – ANDANÇASRua Carmela Dutra, 82 – Tijuca CEP: 20520-080 - Rio de Janeiro - RJTelefone: (21) 2568-3297www.dancecom.com.br/andancas/

Sugestões de sites:www.dancadesalao.com/agenda/ w

www.bsbdanca.com/2009/10/academia-estilo-e-danca-informa_23.html

20. Glossário

Arabesque: posicionamento sobre uma perna, enquanto a outra é esticada para trás.Bombo: movimento pélvico para trás e para frente com os braços elevados, cruzando os pulsos e fechando os punhos. É executado no samba e em outras danças latinas.Coreografia: a sequência e a distribuição dos diferentes passos executados em uma dança.Figura: série de movimentos realizados pelos braços, pelas pernas e pela postura geral do corpo que têm uma intenção e uma unidade estética.Gafieira: baile popularPersonal dancer: professor profissional de danças que dá aulas e faz acompanhamento individual dos alunos. Sapateado: batida forte e rítmica do pé. Utilizado no flamenco e na dança folclórica mexicana.Trancinhas: no tango, movimento onde o homem faz oitos para frente enquanto a mulher faz oitos para trás. O deslocamento é feito na direção frontal do homem.

21. Dicas de Negócio

- É importante, para se tornar mais competitivo, dimensionar o conjunto de serviços que serão agregados; avaliar o custo-benefício desses serviços é vital para a sobrevivência do negócio, porque pode representar um elevado custo sem geração do mesmo volume de receitas.
- Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais com respeito a estacionamento.
- Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos ritmos ofertados, contato telefônico lembrando de eventos e promoções.
- A presença do proprietário em tempo integral é fundamental para o sucesso do empreendimento.
- Por estar relacionado à música e à dança, este é um mercado que muda com muita velocidade, logo o empreendedor deve estar sintonizado com as tendências e novidades que são incorporadas rapidamente ao setor.
- Os empregados devem participar de cursos de aperfeiçoamento, congressos e seminários, para garantir a atualização da escola de dança de salão.

22. Características Específicas do Empreendedor

O empreendedor envolvido com atividades relacionadas à dança de salão precisa adequar-se a um perfil arrojado e comprometido com a evolução acelerada de um setor altamente disputado por concorrentes. É aconselhável uma auto-análise para verificar qual a situação do futuro empreendedor frente a esse conjunto de características e identificar oportunidades de desenvolvimento.

A seguir, algumas características desejáveis ao empresário desse ramo:

- Ter paixão pela atividade e conhecer bem o ramo de negócio.
- Pesquisar e observar permanentemente o mercado em que está instalado, promovendo ajustes e adaptações no negócio.
- Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias.
- Acompanhar o desempenho dos concorrentes.
- Saber administrar todas as áreas internas da empresa.
- Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos.
- Ter visão clara de onde quer chegar.

- Planejar e acompanhar o desempenho da empresa.
- Ser persistente e não desistir dos seus objetivos.
- Manter o foco definido para a atividade empresarial.
- Ter coragem para assumir riscos calculados.
- Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças.
- Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las.
- Ter habilidade para liderar a equipe de profissionais da escola de dança de salão.

23. Bibliografia Complementar

AIUB, George Wilson et al. Plano de Negócios: Serviços. 2. ed. Porto Alegre: Sebrae, 2000. BARBOSA, Mônica de Barros; LIMA, Carlos Eduardo de. A Cartilha do Ponto Comercial: Como escolher o lugar certo para o sucesso do seu negócio. São Paulo: Clio Editora, 2004. BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004. COSTA, Nelson Pereira. Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003. DAUD, Miguel; RABELLO, Walter. Marketing de Varejo: Como incrementar resultados com a prestação de Serviços. São Paulo: Artmed Editora, 2006. DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luisa. 14. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999. KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000. SEBRAE-DF. Escola de dança de salão – Série Ponto de Partida Para Início de Negócio. Belo Horizonte: SILVA, José Pereira. Análise Financeira das Empresas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

