

UM PLANO DE NEGÓCIO PARA O DESENVOLVIMENTO DE UM NOVO EMPREENDIMENTO: O CASO CINEIMAX PREMIUM

Camila Matos (UTFPR) matoscamila@hotmail.com
Guilherme Fernando Ribeiro (UTFPR) guilherme.ribeiro91@hotmail.com
Kaline Araujo de Oliveira (UTFPR) karaujoliveira@gmail.com
Jeferson Scaccheti Prado (UEM) jscaccheti@gmail.com
Luís Fernando Paulista Cotian (UTFPR) cotian@alunos.utfpr.edu.br

Resumo:

O Brasil possui pouco mais de 2 mil salas de cinema, que faturam R\$ 400 milhões por ano, entretanto este número é pequeno, quando comparado a população, 1,7 mil salas para 170 milhões, demonstrando um mercado promissor. Este estudo teve como objetivo elaborar um plano de negócio para a criação de um novo segmento de Cinema totalmente diferenciado dos comuns. Para isso foi utilizado como base o documento 'Como elaborar um plano de negócios', preparado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. O plano mostrou que o cinema tem um grande crescimento potencial, contando com ótimas vendas em razão do Brasil estar entre os maiores mercados do mundo na venda de ingressos de cinemas e em razão também dos filmes estarem em crescimento entre as mídias. Para a realização do cinema o custo de implantação é de aproximadamente R\$3 milhões de reais, porém a projeção mostra que o investimento será pago no prazo de quatro anos, portanto, obtendo um retorno sobre o patrimônio investido, nos primeiros quatro anos de 25% ao ano.

Palavras chave: Cinema, Plano de negócio, Projetos.

A BUSINESS PLAN FOR THE DEVELOPMENT OF A NEW ENTERPRISE: THE CINEIMAX PREMIUM CASE

Abstract

Brazil has a little more than 2,000 movie theaters, which make R \$ 400 million a year, while this number is small, when compared to the population, 1,700 rooms to 170 million, demonstrating a promising market. This study had as objective to elaborate a business plan for the creation of a new Cinema segment totally differentiated from the common ones. For this purpose, the document entitled 'How to create a business plan' prepared by the Brazilian Micro and Small Business Support Service was used as a basis. The plan showed that the cinema has a great potential growth, with great sales because Brazil is among the largest markets in the world in the sale of movie tickets and also because the films are growing between the media. For the realization of the cinema, the implementation cost is approximately R\$ 3 million, but the projection shows that the investment will be paid within four years, thus obtaining a return on the equity invested in the first four years of 25% per year.

Key-words: Cinema, Business plan, Projects.

1. Introdução

Assim como existem livros obrigatórios, há também os filmes essenciais que equivalem aos clássicos da literatura. Antigamente os cinemas eram salas enormes, salões elegantemente

decorados, com *bombonieres* luxuosas, algumas com capacidade para mais de 1.500 espectadores.

Ir ao cinema nos dias de hoje é muito diferente, os cinemas não refletem mais o glamour de antigamente, se restringindo apenas a uma sala de projeção. Segundo Ferreira (2009, p. 469), cinema pode ser definido como: “1. Arte de compor filmes cinematográficos. [...] 4. Sala de espetáculo onde se projetam filmes cinematográficos”. O cinema sempre foi a mais tecnológica das artes populares. Gravar imagens e mostrá-las requer câmeras, luzes, projetores e revelação química da película.

Diante disso, o objetivo desta pesquisa foi de revolucionar o segmento de Cinema que oferece aos clientes um produto altamente diferenciado nunca oferecido pelos concorrentes. Para isto foi realizado um Plano de Negócio com base no documento preparado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) ‘Como elaborar um plano de negócios’.

O presente artigo está estruturado em cinco seções. Na primeira seção, a pesquisa é contextualizada e seu objetivo apresentado. Em seguida, na segunda e na terceira seção, apresentam-se o referencial teórico e a metodologia, somada ao estudo do caso. Na quarta seção, o plano de negócio como resultados. Por fim, na quinta seção, encontram-se as considerações finais.

2. Referencial Teórico

2.1 O mercado de cinema

De acordo com o SEBRAE – SC, atualmente, o Brasil possui pouco mais de 2 mil salas de cinema, que faturam R\$ 400 milhões por ano. O número de salas existentes no Brasil é pequeno, quando comparado a população, 1,7 mil salas para 170 milhões, este fato demonstra um mercado promissor.

Segundo Pyxis Consumo, o potencial de consumo do brasileiro para despesas com cinema é de R\$ 1,76 bilhão. A classe B tem maior potencial de consumo: R\$ 963,82 milhões, seguida da classe C, com R\$ 386,42 milhões, a classe A, com R\$ 383,14 milhões e a D, com R\$ 28,88 milhões. A classe B é a que apresenta maior potencial de consumo no segmento de cinema: 54,69% de todo potencial de consumo provém dela. A classe A, responde por 21,74%. Já a classe C tem potencial de 21,93% e a D de apenas 1,64% de potencial de consumo.

Ao analisar o consumo por regiões, o Pyxis Consumo mostra que a região Sudeste é a que apresenta maior potencial para consumo com cinema, com 63,23%. Nesta região, o consumo per capita, de acordo com o estudo, é de R\$ 14,76. Depois vem a região Nordeste com 12,33% ou R\$ 5,53 per capita, seguido da região Sul com 12,3% ou R\$ 9,22, Centro-Oeste com 8,34% ou R\$ 11,54 e Norte com 3,8% ou R\$ 5,62.

Em 2011, o mercado de cinema no Brasil completou três anos consecutivos de crescimento. A renda gerada nas bilheterias chegou a R\$ 1,41 bilhão que corresponde a uma alta de 12% em relação a 2010 e o público total fechou em 141,6 milhões, um crescimento de 5% positivo, números que estabelecem novos recordes para o setor.

2.2 Plano de Negócio

Um plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Ele permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los

no mercado (SEBRAE, 2013).

Brandão (2013) afirma que ele é uma forma de planejar e organizar a implementação de uma ideia, além de ser fundamental para que se possa, de antemão, verificar a viabilidade do novo empreendimento e identificar os diversos pontos importantes a serem considerados.

De acordo com SEBRAE (2013) um plano de negócio ajuda a concluir uma idéia e verificar se a mesma é viável, além de buscar informações mais detalhadas sobre o seu ramo, os produtos e serviços que irá oferecer, seus clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do seu negócio. No fim do plano, surgem as respostas se vale a pena abrir, manter ou ampliar o negócio em estudo.

Para elaborar um plano de negócio há seis pontos importantes a serem considerados: 1) É preciso ter sigilo e proteção das informações; 2) Definir, de antemão, a o foco e objetivo do plano; 3) Expor as informações de forma simples, clara e objetiva, detalhando somente o necessário; 4) Ter um período de atualização e revisões do plano de negócio; 5) Ter empenho e compromisso e; 6) A decisão final é sempre do empreendedor, responsável pelo negócio (BRANDÃO, 2013).

3. Metodologia

O método de abordagem utilizado no presente artigo foi o qualitativo e quantitativo. A pesquisa classifica-se, quanto aos fins, como descritiva, pois procura apresentar conceitos relacionados ao cinema e plano de negócio.

Para a realização desta pesquisa, foi utilizado como apoio o documento ‘Como elaborar um plano de negócios’ preparado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) em 2013.

3. 1 Estudo do caso

O CineIMAX PREMIUM tem como missão “Satisfazer os clientes oferecendo-lhes um serviço de cinema com qualidade e o maior conforto possível para que o cliente se sinta à vontade dentro da sala, sempre teremos uma equipe motivada, que possa atender às expectativas e as necessidades dos nossos clientes.”

Quanto a visão e objetivos, a empresa tem como visão “ Ser a melhor rede de cinemas do Brasil, e reconhecida por oferecer os melhores serviços e ter as melhores salas de cinema do país”; e como objetivos “Ser reconhecida como a melhor escolha em cinemas e ser a melhor empresa deste setor no Brasil, oferecendo serviços cada vez mais diversificado e com extrema qualidade, preservado o bem-estar dos nossos clientes.”

A empresa está estruturada da seguinte maneira:

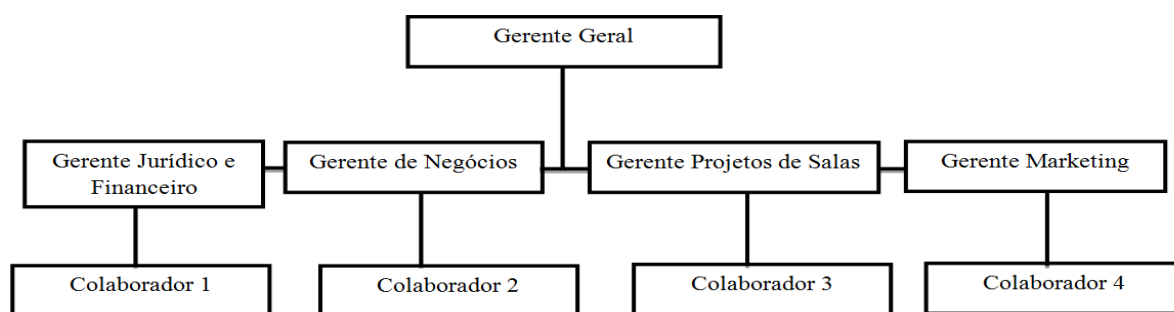


Figura 1 – Estruturação da empresa CineIMAX PREMIUM

Fonte: Elaborado pelos autores

Ela conta ainda com parcerias de grandes empresas de cinema americanas e europeias, também terá uma boa relação com a indústria indiana de filmes, a fim de garantir exclusividade quanto aos lançamentos de filmes. A empresa também terá outros parceiros que darão assistência técnica para manutenção dos equipamentos, e parceria com empresas do ramo de *fast-food*.

No quesito financeiro espera-se ampliar as vendas em 50 a 60% nos próximos cinco anos, espera-se para esta projeção obter-se uma renda bruta de R\$150.000,00 por mês, dos quais livre de encargos, impostos e despesas operacionais, obter um lucro líquido de R\$60.000,00 por mês. A projeção é que se pague o investimento feito no prazo de quatro anos, portanto, obtendo um retorno sobre o patrimônio investido, nos primeiros quatro anos de 25% ao ano.

3.2 Os produtos, serviços e a tecnologia

O CineIMAX PREMIUM, irá utilizar como plataforma de distribuição de conteúdo o IMAX. O IMAX foi fundado em 1967 e é uma das empresas líderes em tecnologia para entretenimento no mundo. Ela oferece o melhor das apresentações cinematográficas em formato gigante, por meio das tecnologias proprietárias, IMAX, IMAX 3D, IMAX DMR e IMAX Theater.

As tecnologias a serem oferecidas são telas superpotentes, com imagens cristalinas, som digital cuidadosamente alinhado para que o expectador tenha a mesma qualidade de som de qualquer ponto, ou seja, o som acompanha o público. O espaço será de uma geometria totalmente personalizada, maximizando o campo de visão, colocando o expectador dentro do filme.

Haverá uma sala de cinema com uma tela côncava, com 300 m² com imagem de alta definição, tela essa seis vezes maior do que as telas tradicionais, que corresponde ao tamanho de um edifício de 5 andares, sua resolução é 5 vezes melhor que a convencional, proporcionando uma imagem cristalina e de alta definição.

Por isso assistir a um filme no CineIMAX PREMIUM, é uma das maiores experiências em cinema que os clientes já viram. As salas serão criadas para dar ao público a sensação de estar no filme e contemplará um poderoso sistema de som, com cinco caixas de 12 mil watts de potência. Um sistema de som que proporciona clareza e qualidade para o máximo de impacto sendo 4 vezes mais potente que nos cinemas comuns. As imagens serão percebidas como projetadas para além da tela no qual duas faixas de filme correm simultaneamente.

3.3 O mercado potencial

Em uma entrevista concedida para Veríssimo e Butcher (2010), Miguel Miers, o executivo da companhia Cinépolis, maior grupo exibidor de filmes do México, e que em junho de 2010 inaugurou o primeiro complexo da rede no Brasil, na cidade de Ribeirão Preto, o potencial de mercado de cinema no Brasil é imenso. O índice de habitantes por sala, quando comparado com outros mercados, como o mexicano e o americano, ainda é extremamente baixo. Diante disso, o papel da CineIMAX PREMIUM será explorar esse potencial e crescer junto com o mercado brasileiro. A CineIMAX PREMIUM não pretende ser líder de mercado, mais sim fazer negócios altamente competitivo com produtos e serviços totalmente diferenciados dos já existentes no mercado atual. Se a população tem mais renda, são grandes as chances de passar a frequentar as salas da CineIMAX PREMIUM, o que representa um potencial gigantesco de expansão.

O cinema atualmente é a sexta maior mídia no Brasil atrás de TV, Internet, jornais, revistas e livros. No entanto, os filmes mostram o terceiro maior crescimento entre as mídias. Assim, vemos o grande potencial ao lançar no mercado o CineIMAX PREMIUM com futuro crescimento potencial enorme.

3.4 Elementos de diferenciação e previsão de vendas

O CineIMAX PREMIUM será um cinema com serviços totalmente diferenciados e único em relação aos seus concorrentes. Ele está associado aos momentos de lazer das pessoas visando oferecer exibição de filmes para um público em geral de todas as idades, sejam para homens, mulheres, adultos, crianças ou idosos.

Os ingressos vendidos no Brasil em 2010 totalizaram 143,9 milhões. O Brasil consolidou-se como um dos maiores mercados do mundo. Segundo dados do Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do Município do Rio de Janeiro, mais de 112 milhões de pessoas foram aos cinemas em todo o Brasil em 2009, representando um aumento de mais de 25% em relação a 2008.

Em números absolutos, o número de ingressos vendidos em 2011 superou o total de 2010 em 6,7 milhões. Como as 181 salas que foram inauguradas ao longo do ano atraíram, em seu conjunto, 3,1 milhões de espectadores, é possível concluir que a expansão do circuito exibidor respondeu por cerca de 50% do crescimento do mercado.

3.5 Rentabilidade e projeções financeiras

O consumo deste tipo de entretenimento sofre influências econômicas e está intimamente ligada à renda do cidadão, pois não é considerado um lazer barato. O investimento nesse tipo de negócio é bastante elevado, principalmente quando o futuro empresário tiver como público concorrente as grandes marcas, mas o retorno financeiro é garantido.

Para realizar este empreendimento, o CineIMAX PREMIUM, será necessário realizar um financiamento. Este plano de negócio visa traçar todo o caminho a ser percorrido pelos empreendedores até o início do lançamento do empreendimento, além de expressar todos os detalhes sobre o mesmo. É através desse plano de negócios que será verificado se o caminho está correto, quais os ajustes serão necessários durante o percurso para garantir o sucesso do empreendimento, além do teste de viabilidade do mesmo.

4. O plano de negócio do cineIMAX PREMIUM

4.1 Plano de produtos e serviços

O CineIMAX PREMIUM é um serviço com alto investimento tecnológico do ramo de entretenimento, no qual, o cliente depara-se com a mais alta tecnologia existente à filmes. A sua estrutura é totalmente diversificada, oriunda das bases clássicas de um cinema, mas aliada a toda inovação disponível atualmente, isso, como forma de tornar-se um serviço aconchegante e surpreendente aos olhos dos frequentadores.

O desenvolvimento se dá com base em equipamentos de última geração e tecnologia de ponta, não se limitando a esses quesitos, pois, a cada dia, a organização estará em constante busca por aparelhos e equipamentos inovadores.

Quanto ao atendimento, será oferecido um interno exclusivo, com ótimo atendimento em nossa recepção e em nossa praça de alimentação. Durante a sessão, os clientes contarão com o único e exclusivo CINEOffice, que é um sub serviço com o intuito de facilitar o acesso do cliente ao cardápio, tratam-se de “garçons” que atuam durante as transmissões, permitindo que o cliente assista todo o filme sem nenhuma interrupção.

Por se tratar de um serviço que é de agrado aos clientes, o CineIMAX PREMIUM certamente terá altas médias de frequentadores cotidianamente, podendo surpreender durante temporadas

(datas comemorativas: férias, festividades natalinas, ano novo), garantindo a sua rentabilidade e fixação no mercado. Além disso ele contará com uma política de reciclagem de materiais, mostrando o cuidado, não somente de atender aos clientes, mas também com o meio ambiente que nos circundam.

O cinema estará protegido e amparado pela marca IMAX, sendo referencial nos parâmetros de tecnologia de última geração aplicados a telas de cinemas, garantindo ao cliente, transmissão de qualidade com incrível definição. Ele estará localizado em áreas movimentadas, grandes centros, de forma a abranger toda a clientela que desejamos atender, com isso, minimizam-se os impactos comunitários, pois, de certa forma, atenderemos, em média, clientes com a mesma classe social.

A avaliação, qualificação e verificação do cinema se dará por uma única forma, tendo o prazer de utilizar os seus serviços. A garantia é que utilizando o cinema, será certificada e demonstrada a missão e a qualidade que será prezada em toda a rede CineIMAX PREMIUM.

4.2 Plano de marketing

4.2.1 Análise do mercado

A estratégia de marketing visa ganhar um mercado mais restrito, compostos pelas classes A e B. O Público-alvo são expectadores que possam adquirir um serviço de qualidade que visa o conforto e a exclusividade.

4.2.2 Concorrência

Não são muitos os cinemas que oferecem um cardápio variado e bebidas diferenciadas, e que possuam poltronas de couro reclinável e tela IMAX. Os principais concorrentes estão em localizados em São Paulo: Cinemark Shopping Cidade Jardim, Kinoplex do Shopping Vila Olímpia e IMAX do Bourbon Shopping Pompéia.

4.2.3 Estratégias de marketing

O serviço será oferecido em grandes cidades das regiões sul e sudeste do país, devido a maior aceitação dos cinemas de luxo em grandes metrópoles. Os preços das sessões poderão variar entre R\$ 30,00 e \$60,00, isso ocorrerá de acordo com o serviço oferecido pela sala em que o cliente escolher.

As estratégias utilizadas além do serviço Premium que será oferecido, serão através da home page oficial do CineIMAX PREMIUM, onde o cliente poderá se cadastrar para adquirir seu cartão fidelidade para maior praticidade na aquisição dos ingressos. Com o cartão fidelidade o cliente participará de eventuais promoções que o CineIMAX PREMIUM fará para garantir a satisfação e assegurar a assiduidade do público-alvo.

4.3 Plano gerencial

A equipe será composta por um presidente, um vice-presidente, um gerente de projetos, um gerente de marketing e um gerente de finanças. A equipe gerencial também será formada por um representante entre os possíveis acionistas.

O preenchimento dos cargos será de acordo com as habilidades de cada empreendedor através de um processo seletivo e a remuneração será de acordo com as responsabilidades e dificuldades de cada cargo. O empreendimento também precisará de atendentes, garçons, serviços de limpeza, serviço de segurança e alimentício, todos estes com alto padrão de qualidade, para que possamos oferecer satisfação garantida aos nossos clientes.

4.4 Plano operacional

O CineIMAX PREMIUM contará com um exímio processo de apoio afim de ter uma organização exemplar para demissão e contratação de funcionários, controle sobre contas e compras, controle do patrimônio, dentre outros. Ele terá centrais de transmissão dentro de cada sessão, onde serão monitoradas pelos transmissores, sendo esses, pessoas capacitadas para garantir a qualidade e continuidade da transmissão, sem interrupções.

Na praça de alimentação concretizará ainda mais a qualidade dos funcionários e dos produtos, uma vez que, todos os profissionais passarão por períodos de treinamento e capacitação para um melhor atendimento. A parte externa, onde o contato com o cliente é feito de forma direta, será priorizado o bom atendimento e máxima agilidade. Os colaboradores serão aperfeiçoados de forma a sempre manter o local limpo e prazeroso. A cozinha contará com profissionais da área, preparando de forma imediata e instantânea o que for do desejo dos clientes.

As instalações externas, o que compreende hall e praça de alimentação, será ampla com a intenção de acolher os clientes dizimando a ideia de que cinema se trata apenas da transmissão de filmes. Os estoques serão controlados diariamente, de forma a sempre serem reabastecidos, garantindo a máxima eficiência e qualidade nos serviços e subserviços. Para a produção destinada a alimentação estima-se que os impactos ambientais serão mínimos.

O CineIMAX PREMIUM contará com um programa de reciclagem de materiais e o que não for reciclável será depositado em locais e áreas adequadas, conforme legislações vigentes. Ele se situará em grandes centros, das vantagens desta localização tem-se o atendimento da clientela desejada e desvantagens os custo das instalações.

Do custo de produção, caracteriza-se como principal, a aquisição os filmes e equipamentos para transmissão. Como o cinema se atualizará constantemente, um de seus objetivos será transmitir filmes inéditos, mantendo seus clientes sempre atualizados, mas necessitando custear essas inovações, sendo esse os componentes críticos.

Será firmado um contrato entre o CineIMAX PREMIUM e o IMAX Corporation, sendo esta uma plataforma de distribuição de conteúdo produzido por Hollywood. Assim, será possível a atualização e transmissão de filmes inéditos. Firma-se contrato também com distribuidores do setor alimentício, como forma de agilizar o nosso processo de compra, garantindo o ótimo andamento da praça de alimentação e do CINEOffice.

4.5 Plano financeiro

O consumo deste tipo de entretenimento sofre influências econômicas e está intimamente ligada à renda do cidadão, pois não é considerado um lazer barato. O investimento nesse tipo de negócio é bastante elevado, principalmente quando o futuro empresário tiver como público concorrente as grandes marcas, mas o retorno financeiro é garantido.

Os ingressos vendidos no Brasil em 2010 totalizaram 143,9 milhões. O Brasil consolidou-se como um dos maiores mercados do mundo. Segundo dados do Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do Município do Rio de Janeiro, mais de 112 milhões de pessoas foram aos cinemas em todo o Brasil em 2009, representando um aumento de mais de 25% em relação a 2008.

Em 2011, o mercado de cinema no Brasil completou três anos consecutivos de crescimento. A renda gerada nas bilheterias chegou a R\$ 1,41 bilhão que corresponde a uma alta de 12% em relação a 2010 e o público total fechou em 141,6 milhões, um crescimento de 5% positivo, números que estabelecem novos recordes para o setor.

Em números absolutos, o número de ingressos vendidos em 2011 superou o total de 2010 em 6,7 milhões. Como as 181 salas que foram inauguradas ao longo do ano atraíram, em seu conjunto, 3,1 milhões de espectadores, é possível concluir que a expansão do circuito exibidor respondeu por cerca de 50% do crescimento do mercado.

Espera-se ampliar as vendas em 50 a 60% nos próximos cinco anos, espera-se para esta projeção obter-se uma renda bruta de R\$150.000,00 por mês, dos quais livre de encargos, impostos e despesas operacionais, obter um lucro líquido de R\$60.000,00 por mês. A projeção é que se pague o investimento feito no prazo de quatro anos, portanto, obtendo um retorno sobre o patrimônio investido, nos primeiros quatro anos de 25% ao ano.

Os preços das sessões podem variar entre R\$ 30,00 e \$60,00, isso ocorrerá de acordo com o serviço oferecido pela sala em que o cliente escolher.

4.5.1 Investimento inicial

Levando em consideração que para o funcionamento do CineIMAX PREMIUM serão necessários equipamentos sofisticados e mão-de-obra qualificada pela qualidade dos serviços oferecidos. O serviço demanda um investimento inicial considerável incluindo a necessidade de registros e licenças para funcionamento, obtenção de telas de alta resolução, equipamentos em geral (cadeiras, aparelhagem de som, microcomputadores, sistemas de monitoramento, impressoras, entre outros), prédio, despesas de marketing e pesquisas de mercado, despesas com treinamento de pessoal afim de fornecer atendimento diferenciado.

4.5.2 Projeção dos resultados

De acordo com o site Mercado Livre, a base de preços referentes ao conceito de cinema que este empreendimento pretende lançar no mercado é: Poltrona reclinável 3D com porta copo apresenta um custo de R\$1 999,90/unidade. Para um total de 5 salas adulto com capacidade para 70 lugares o custo total será de R\$700 000,00.

Segundo a reportagem de Evelin Ribeiro, o IMAX é a nova tecnologia que pretende dar ainda mais impulso ao cinema. O nome é uma abreviatura para Image Maximum, tecnologia que promete uma experiência inovadora aos telespectadores a partir de suas telas gigantes. Atualmente, existem mais de 300 salas IMAX, distribuídas em 40 países. Cerca de 60% delas estão nos Estados Unidos. Apenas 40% das salas ficam em shoppings ou centros comerciais. O restante está dentro de museus e centros científicos.

No Brasil, a única sala equipada com IMAX foi inaugurada em 16 de janeiro, no Unibanco Arteplex do shopping Bourbon, em São Paulo. As telas IMAX têm como padrão telas de 22 metros de largura por 16,1 metros de altura - as telas de cinema convencionais medem 12 metros por 5,1 metros.

Além do tamanho impressionante, o IMAX tem um sistema chamado "rolling loop" para movimentar o filme. São duas faixas de filme correndo pelo projetor ao mesmo tempo, na velocidade de 24 frames por segundo. Assim, cada quadro fica perfeitamente imóvel quando projetado, a imagem não treme e nem borra, tornando o efeito 3D ainda mais real.

A primeira sala de cinema IMAX no Brasil foi inaugurada em 16 de janeiro de 2009, com 334 lugares e 300 metros quadrado, com custo estimado em U\$ 1,5 milhão, algo na estimativa de R\$ 2,7 milhões. A sala de Curitiba, inaugurada no dia 23 de julho de 2009, possui sistema de exibição 3D e IMAX Digital, sendo resultado de uma parceria com o Grupo Dom Bosco e conta com 347 lugares e os mesmos 300 metros quadrados. A próxima sala a ser construída terá 345 lugares e tem previsão de inauguração para 2011.

Sendo assim, o custo de implantação do cinema IMAX PREMIUM será de aproximadamente R\$3 milhões tendo em vista a substituição das cadeiras convencionais pelas poltronas reclináveis 3D e a capacidade projetada para 350 lugares.

Sistema de monitoramento com Dvr Stand Alone + 8 Câmeras + Monitor + Hd com custo estimado segundo o site do Mercado livre em R\$ 1639,00. Aluguel do prédio R\$4 800,00. Mão-de-obra qualificada: 1 Auxiliar Administrativo R\$1 100,00/mês; 1 Analista de contabilidade R\$2 250,00/mês; 1 Analista de Marketing R\$3 000,00/mês; 1 Analista de suporte técnico R\$3 400,00/mês; 1 Auxiliar de vendas de bilheteria R\$1 000,00/mês. Realizando-se um somatório dos principais itens a serem considerados para o funcionamento do cinema IMAX PREMIUM, podemos dizer que o investimento inicial de aproximadamente R\$3 200 000,00.

4.5.3 Projeção do balanço patrimonial

De acordo com Carlos Martins em seu site sobre Projeção do Balanço Patrimonial, diz que o mesmo tem por objetivo fornecer uma visão geral e precisa da situação financeira para determinado período. O mesmo diz que em um plano de negócios, o balanço patrimonial se divide basicamente em dois grupos conforme Fórmula (1):

$$ATIVO = PASSIVO + PATRIMÔNIO LÍQUIDO \quad (1)$$

Onde:

ATIVO = São todos os bens a receber, que no caso do cinema CineIMAX PREMIUM, serão as vendas de bilheteria contabilizadas. PASSIVO = São as obrigações financeiras com terceiros, que em nosso caso serão as despesas com funcionários, despesas de *marketing*, aluguel entre outros. PATRIMÔNIO LÍQUIDO = Representa os recursos próprios da empresa, que para o cinema= CineIMAX PREMIUM diz respeito ao investimento inicial para funcionamento do mesmo.

4.5.4 Ponto de equilíbrio e análise de investimento

Na visão geral dos empreendedores, as empresas que obtêm ponto de equilíbrio muito alto visa seu negócio como um fator não viável. O ideal que o ponto de equilíbrio sempre atinja uma média abaixo de 50%.

A análise de investimento se dá através da Fórmula (2) que calcula a rentabilidade esperada (R):

$$R = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Investimento fixo} + \text{investimento em giro}} \quad (2)$$

Em contrapartida, o retorno do investimento estipulado pela política de vendas é resultado da seguinte operação:

$$RI = \frac{\text{Investimento fixo} + \text{Investimento em giro}}{\text{lucro líquido}} \quad (3)$$

4.6 Plano jurídico

O CineIMAX PREMIUM será constituído por uma sociedade por cotas com responsabilidade limitada respeitando todo o processo jurídico para implantação da mesma. A empresa irá realizar o registro na junta comercial ou cartório, a inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) objetivando com êxito o alvará de funcionamento.

5. Considerações finais

O objetivo deste estudo foi alcançado, pois foi possível elaborar o plano de negócio e verificar que a criação do novo cinema é viável.

O CineIMAX PREMIUM mostrou com um enorme futuro crescimento potencial, uma vez que o cinema atualmente é a sexta maior mídia no Brasil e os filmes mostram o terceiro maior crescimento entre as mídias.

Em relação a previsão de vendas, conta-se com ótimas vendas no caso do novo empreendimento, visto que o Brasil se consolidou como um dos maiores mercados do mundo na venda de ingresso de cinema e a expansão dos cinemas corresponde 50% do crescimento do mercado.

Quanto ao financeiro, o custo de implantação do cinema será de aproximadamente R\$3 milhões de reais. Espera-se ampliar as vendas em 50 a 60% nos próximos cinco anos, e para esta projeção espera-se obter uma renda bruta de R\$150.000,00 por mês livre e obter um lucro líquido de R\$60.000,00 por mês. A projeção é que se pague o investimento feito no prazo de quatro anos, portanto, obtendo um retorno sobre o patrimônio investido, nos primeiros quatro anos de 25% ao ano. Os preços das sessões podem variar entre R\$ 30,00 e \$60,00, isso ocorrerá de acordo com o serviço oferecido pela sala em que o cliente escolher.

Referências

BRANDÃO, F. G. *Plano de negócios: material de apoio para a fase de pré-incubação de empresas*. Revisão de Naiara Machado da Silva; Prefácio de Marc François Richter. - Porto Alegre: Uergs, 2013.

IMAX. *Sobre o imax*. 2012. Disponível em: <<http://www.imaxpalladium.com.br/>>. Acesso em: 17 nov. de 2012.

PYXIS CONSUMO. *Jornal Online Refrescante. IBOPE: Gastos da população com cinema movimentará R\$ 1,76 bilhão*. Publicado em 3 de novembro de 2011. Disponível em: <<http://refrescante.com.br/ibope-gastos-da-populacao-com-cinema-movimentara-r-176-bilhao.html>>. Acesso em 24 de out. 2012.

SEBRAE – SC, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina. *Banco de Ideias de Negócio – Cinema*. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/ideais/default.asp?vcdtexto=2480&%5E%5E>>. Acesso em 24 de out. 2012.

SEBRAE. *Como elaborar um plano de negócios*. Brasília. 2013. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf)>. Acesso em 12 de abril de 2017.

VERÍSSIMO, F.; BUTCHER, P. *Cinema com Nachos*. Revista Filme B – Edição Especial – Show de Inverno, Publicado em abril de 2010 – Disponível em: <<http://www.filmeb.com.br/portal/html/materias.php>>. Acesso em 24 de out. 2012.