ESTUDO PROPOSITIVO: VIDEOKÊ PRIVATIVO COMO ALTERNATIVA DE ENTRETENIMENTO EM SANTOS

PROPOSAL STUDY: PRIVATE KARAOKE AS AN ENTERTAINMENT ALTERNATIVE IN SANTOS

Arielli Borges Mariano, Elizabeth Nogueira Augusto Alcântara, Flavio Silva Leite Santos, Stefani Aparecida dos Santos de Brito e Henrique Cesar Nanni

Universidade Santa Cecília, Tecnólogos em Recursos Humanos, Marketing, Logística e Processos Gerenciais
E-mail para contato: ariellibmariano@gmail.com

RESUMO - Este estudo avalia a viabilidade de criar um espaço de videokê privativo em Santos, SP, utilizando tecnologia avançada para oferecer uma experiência de entretenimento diferenciada. A pesquisa exploratória baseou-se em entrevistas com 70 universitários, análise de mercado e projeções financeiras do empreendimento. Os resultados indicam uma demanda significativa por esse serviço, com alto potencial de retorno econômico. A proposta visa preencher uma lacuna no mercado de entretenimento, contribuindo para o desenvolvimento turístico e econômico da região. O projeto se destaca pela inovação, atraindo públicos com foco em segurança, privacidade e personalização.

***Palavras-chave**: Videokê, Tecnologia, Entretenimento, Viabilidade Econômica.*

ABSTRACT – This study evaluates the feasibility of creating a private karaoke space in Santos, SP, using advanced technology to offer a differentiated entertainment experience. The exploratory research was based on interviews with 70 university students, market analysis, and financial projections for the enterprise. The results indicate a significant demand for this service, with high economic return potential. The proposal aims to fill a gap in the entertainment market, contributing to the region's tourism and economic development. The project stands out for its innovation, attracting audiences with a focus on safety, privacy, and personalization.

***Keywords**: Karaoke, Technology, Entertainment, Economic Feasibility.*

Tipo do trabalho: ( ) Iniciação científica (x) Iniciação tecnológica ( ) Extensão

1 INTRODUÇÃO

O entretenimento sempre foi uma necessidade intrínseca às sociedades, desempenhando um papel crucial na qualidade de vida [1]. Atualmente, essa demanda se diversifica, com o público buscando experiências que combinam tecnologia e exclusividade. Santos, na Baixada Santista, é um dos principais destinos turísticos de São Paulo, atraindo milhões de visitantes por suas praias e eventos culturais [2]. Contudo, há uma lacuna em opções de entretenimento. Partindo dessa premissa, a proposta de um espaço de *videokê* privativo [3] em Santos surge como uma alternativa inovadora, atendendo a grupos de amigos, famílias e casais que buscam lazer personalizado. Para isso, busca-se apresentar um conceito que alie conforto e tecnologia de ponta, oferecendo uma experiência única, para moradores e turistas. O projeto visa desenvolver um ambiente diferenciado, com foco em conforto e imersão, sugerido em um modelo de negócios economicamente viável, capaz de atrair um público diversificado.

Utilizando o "Modelo Canvas de Negócios" [4], o estudo explora a viabilidade do empreendimento, destacando diferenciais como cabines privativas com tecnologia avançada. O ambiente seria temático e personalizável, com opções para ajustar repertório e cenários. Este estudo, de caráter exploratório [5], analisa os desafios e oportunidades do mercado local, levando em consideração o crescimento do setor de entretenimento e a demanda por experiências personalizadas.

As ameaças incluem mudanças regulatórias, oscilações no turismo, possível saturação do mercado e a dependência de tecnologia avançada. No entanto, as tendências globais apontam para o crescimento de experiências imersivas [2], o que torna o *videokê* privativo altamente relevante, especialmente no contexto pós-pandemia, que valoriza segurança e privacidade.

A análise de mercado revelou que não há concorrentes que ofereçam o modelo de cabines privativas com alto padrão. A inovação deste projeto pode não apenas revitalizar o de entretenimento em Santos, mas também contribuir para a economia e o turismo locais [2]. O estudo se fundamenta na relevância e viabilidade do projeto *Videokê*, denominado como “Voz Santista no mercado de lazer da Baixada Santista” e oferece uma contribuição importante para a literatura sobre inovação no setor de lazer, servindo como referência para futuros empreendedores interessados em desenvolver soluções inovadoras no entretenimento.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia adotada é de caráter exploratório e tem como objetivo identificar necessidades mercadológicas e desenvolver um modelo de negócios para a implementação de um espaço de *videokê* privativo na cidade de Santos. O processo metodológico buscou

investigar as preferências e expectativas do público-alvo em relação a novas opções de lazer, interesses, experiencias, percepção sobre o entretenimento local, além de identificar barreiras e oportunidades para viabilizar o projeto. A metodologia [5] incluiu a coleta de dados primários, por meio de entrevistas com 70 universitários da baixada santista e secundários, com idade entre 20 e 40 anos e uma análise qualitativa consultadas em publicações acadêmicas e relatórios de mercado que abordam tendências e inovações no setor de lazer e entretenimento.

Os dados coletados foram analisados qualitativamente em três etapas principais:

a) Análise Contextual: cenário atual – revisão literária, concorrentes, características do setor, tecnologias utilizadas, lacunas e oportunidades;
b) Elaboração de um Business Model Canvas: mapeamento da estrutura do negócio, proposta de valor, relacionamento com o cliente, canais de distribuição, fontes de receita, estrutura de custos e recursos-chave.

Os procedimentos adotados permitiram compreensão profunda do comportamento do público-alvo e das condições do mercado, onde o Canvas [4] ajudou a organizar e estruturar as principais ideias para a criação de um espaço de *videokê* privativo, considerando tanto as oportunidades de mercado quanto as possíveis ameaças ao negócio.

Utilizou-se a ferramenta de inteligência artificial *ChatGPT* para reescrever e refinar os textos, garantindo clareza, coerência e adequação ao padrão acadêmico. A ferramenta foi empregada para eliminar redundâncias, otimizar a linguagem e melhorar a fluidez textual, sempre mantendo a integridade e os objetivos da pesquisa. As sugestões do *ChatGPT* foram revisadas e ajustadas conforme necessário, atuando como um suporte no processo de revisão e reestruturação do conteúdo [6].

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A entrevista com universitários revelou um forte interesse por espaços de videokê privativo, com 75% dos participantes dispostos a frequentar e 60% inclinados a pagar um valor premium por uma experiência diferenciada. A análise de concorrência identificou uma lacuna no mercado local, sem concorrentes diretos nesse segmento.

Embora o estudo tenha limitações, como o foco em uma região específica, ele fornece uma base robusta para futuros empreendimentos no setor de entretenimento. Os resultados destacam o potencial do projeto *Videokê – Voz Santista* para se consolidar como um sucesso local, criando impactos positivos na economia e no turismo da cidade de Santos e na baixada santista, conforme mostra a figura 1.

Figura 1: Business Model Canvas [4].



O Business Model Canvas foi a ferramenta estratégica de gerenciamento usada para desenvolver o modelo de negócios, oferecendo uma visão clara e visual de como uma empresa cria, entrega e captura valor. O Canvas é composto por nove blocos que descrevem os principais elementos de um negócio, permitindo uma análise simples e objetiva, ajudando empreendedores e possibilitando-os a identificar pontos fortes, fraquezas, oportunidades e ameaças, além de otimizar a eficiência e inovação. Esses fatores estão alinhados a ODS 8 - Trabalho Decente e Crescimento Econômico, pois o negócio busca promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, além de gerar empregos dignos para todos.

4 CONCLUSÃO

Com base nas análises realizadas, o estudo identificou uma lacuna relevante no mercado de entretenimento local, que carece de opções focadas em experiências exclusivas e tecnológicas. Os estabelecimentos que atualmente oferecem *videokê* integram o serviço como uma atração secundária em bares e restaurantes, sem priorizar uma experiência personalizada de alto padrão. A pesquisa sugere que a implementação de cabines privativas com tecnologia avançada possa preencher essa necessidade e aproveitar de um mercado crescente demanda que busca entretenimento de qualidade e privacidade, tanto entre residentes quanto turistas. Ao explorar essa oportunidade, onde se destaca pela inovação, tecnologia e personalização, podemos afirmar que o negócio terá retorno econômico e contribuirá para o desenvolvimento turístico da cidade.

5 REFERÊNCIAS

1. Souza Neto, J. A. O papel do entretenimento na atualidade. Site Telavita. https://www.telavita.com.br/blog/o-papel-do-entretenimento-na-atualidade/

2. Secretaria de Turismo de Santos. Turismo: recorde melhora desempenho econômico de Santos e hotéis têm melhor ano desde 2014. Publicado em: 9 de janeiro de 2024 por Nilton Sergio. Disponível em: https://www.santos.sp.gov.br/?q=noticia/turismo-recorde-melhora-desempenho-economico-de-santos-e-hoteis-tem-melhor-ano-desde-2014. Acesso em: 4 set. 2024.

3. Netvistos. O que é: KTV - Sistema de Entretenimento. Site Netvistos, 2024. Disponível em: https://netvistos.com.br/glossario/o-que-e-ktv-sistema-de-entretenimento/. Acesso em: 19 ago. 2024.
4. Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves. Business model generation: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011

5. Alexandre, Agripa Faria. Metodologia científica: princípios e fundamentos / Agripa Faria Alexandre. – 3. Ed. – são Paulo : Blucher, 2021.

6. Openai. ChatGPT (versão GPT-4). Disponível em: <https://www.openai.com/chatgpt>. Acesso em: 02 set. 2024.