

PÚBLICO-ALVO

// District 2026



TAMANHO DO PÚBLICO // PÚBLICO-ALVO

//

VOLUME TOTAL DO MERCADO

Cerca de **500 mil de dançarinos** amadores e profissionais de danças urbanas no Brasil.

MARKET SHARE

Considerando 4 mil dançarinos anualmente o Market Share é de **0,8% do volume do mercado.**

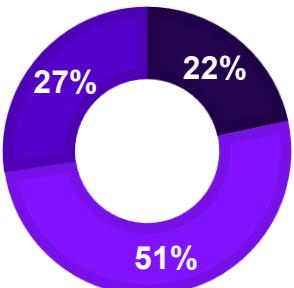
VALOR DO MERCADO

Considerando o ticket médio de R\$124,50 o valor de mercado é de **R\$62.250,00**.

VARIÁVEIS HARD // PÚBLICO-ALVO

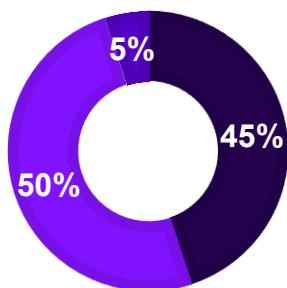
///

IDADE



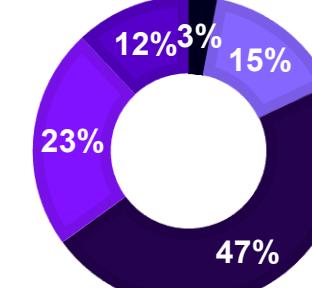
- Até 17 anos
- 18 a 25 anos
- Mais de 26 anos

LOCALIZAÇÃO



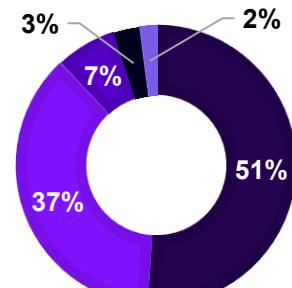
- Estado de SP
- Outros estados
- Outros países

CLASSE SOCIAL



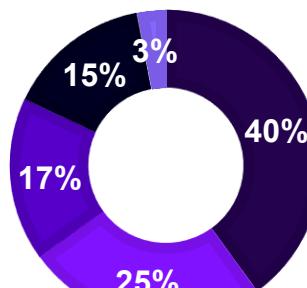
- Classe A
- Classe B
- Classe C
- Classe D
- Classe E

GÊNERO



- Mulher Cis
- Homem Cis
- Mulher Trans
- Homem Trans
- Não binarie

ORIENTAÇÃO SEXUAL



- Hétero
- Gay
- Bissexual
- Lésbica
- Outros

OCUPAÇÃO

Dançarinos e estudantes de dança

PERSONALIDADE

Determinação, resistência, entusiasmo, energia e motivação.

VALORES E CRENÇAS

Diversidade, representatividade, inclusão, identidade e empoderamento.

NÍVEL CULTURAL

Consumo de arte e cultura com foco em música, hip hop, cultura de rua e arte urbana.

ASSUNTOS DE INTERESSE

Viagens, moda, mídias sociais, entretenimento e lazer, saúde e bem-estar

PERSONA // PÚBLICO-ALVO

//

IDADE

20 anos

GÊNERO

Mulher Cis

ORIENTAÇÃO SEXUAL

Heterossexual

PROFISSÃO/OCUPAÇÃO

Dançarina profissional

LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA

São Paulo, capital

FORMAÇÃO (ESCOLARIDADE)

Ensino médio completo

RELACIONAMENTOS COM AMIGOS E FAMÍLIA

Relacionamento com os amigos é maior, mais sólido e influente do que o familiar, devido ao pertencimento na comunidade inserida.

HÁBITOS DO FIM DE SEMANA

Participa de eventos, competições e aulas especiais, trabalha em shows e freela dançando além de se divertir com os amigos em atividades de entretenimento.

ROTINA DA PERSONA

Acorda cedo, faz academia, treina e estuda regularmente, produz conteúdos e tira uma boa parte da rotina para engajamento social e networking em busca de indicações e oportunidades em trabalhos e campeonatos.

PERSONA // PÚBLICO-ALVO

//

Quais os meios de comunicação usados pela Persona?

WhatsApp, e-mail, YouTube, Instagram, Tik Tok, grupos específicos do Facebook e Spotify

Qual o objetivo desta pessoa que você poderia ajudá-la a realizar?

Se tornar uma dançarina profissional reconhecida pela sua qualidade com constância de trabalhos e oportunidades de competição.

Quais desafios impedem esta pessoa de atingir seus objetivos?

Preconceito de danças urbanas no Brasil, a falta de oportunidades de trabalho e alto investimento necessário em educação para qualificação técnica.

O que está impedindo ou acelerando este processo?

Baixo investimento privado e incentivo do setor no mercado.

Como nossa solução ajuda esta persona de atingir seus objetivos?

Democratizando o acesso a educação de qualidade com um investimento menor criando um ambiente de fomento que inspira e incentiva novos artistas.

O que essa Persona mais valoriza em relação ao seu projeto?

A qualidade da programação, produção e nível técnico das competições.

Qual o tipo de experiência a Persona espera no projeto?

Conhecimentos, contato com dançarinos famosos, networking, visibilidade e reconhecimento.

Quais as objeções mais comuns da Persona ao seu projeto?

Exigência técnica, alto custo de investimento e necessidade de planejamento.



Q
artmind