



Camila Rusch

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA DE UM CENTRO DE
QUALIDADE DE VIDA NO MUNICÍPIO DE HORIZONTINA - RS**

Horizontina/RS

2021

Camila Rusch

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA DE UM CENTRO DE
QUALIDADE DE VIDA NO MUNICÍPIO DE HORIZONTINA - RS**

Trabalho Final de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas pelo Curso de Ciências Econômicas da Faculdade Horizontina (FAHOR).

ORIENTADOR: Marcio Leandro Kalkmann

Horizontina/RS

2021

**FAHOR – FACULDADE HORIZONTINA
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a monografia:

“Estudo de viabilidade econômica e financeira de um centro de qualidade de vida no município de Horizontina-RS”

Elaborada por:

Camila Rusch

como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em
Ciências Econômicas

Aprovado em:

Pela Comissão Examinadora

**Mestre, Marcio Leandro Kalkmann
Presidente da Comissão Examinadora - Orientador**

**Mestre, Stephan Sawitzki
FAHOR – Faculdade Horizontina**

**Mestre, Ivete Linn Ruppenthal
FAHOR – Faculdade Horizontina**

Horizontina/RS

2021

DEDICATÓRIA

Dedico todo esforço que tive para finalizar esse trabalho, ao meu querido pai Airton Rusch (in memoriam) que não pode vivenciar esse momento, mas que batalhou ao meu lado até a sua partida.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus por ter me concedido saúde e persistência para superar as dificuldades. Ao meu professor Marcio Leandro Kalkmann, orientador deste trabalho, pela troca de informações e auxílio na construção de ideias. A professora Ivete Linn Ruppenthal por todo suporte dado. E de forma geral a todos os professores, familiares e amigos que me ajudarem no decorrer da minha formação.

“O sucesso é a soma de pequenos esforços repetidos dia após dia.” (Robert Collier)

RESUMO

O presente trabalho refere-se a um estudo de viabilidade econômica e financeira para a implementação de um centro de qualidade de vida a se localizar no município de Horizontina, região Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, fazendo parte do trabalho de conclusão de Curso da Graduação de Bacharelado em Ciências Econômicas, ministrado pela Faculdade Horizontina–FAHOR. Mediante a preocupação com a estruturação deste desafio, encontra-se a crescente preocupação com a saúde, tema atual e que possui grande repercussão para humanidade, que vem acarretando as pessoas um movimento pela busca da qualidade de vida. Desta maneira, a visualização deste empreendimento em potencial, teve como objetivo geral, analisar a viabilidade econômica e financeira de um centro de qualidade de vida localizado no município de Horizontina-RS. Para a construção do projeto em questão, fez-se o uso de métodos de abordagem dedutiva, qualitativa e quantitativa, seguidos de procedimentos de pesquisa descritiva e estudo de caso, as técnicas utilizadas para elaboração foi a coleta de dados através de uma entrevista feita com as proprietárias e a análise de dados é feita pela abordagem quantitativa. Diante deste contexto o trabalho foi desenvolvido em etapas com o levantamento de custos e gastos necessários para a análise financeira e projeção de faturamentos, DRE e índices contábeis necessários à construção de cenários para a análise econômica e financeira, que se mostrou viável. A partir da conclusão do presente estudo se identificou que existe viabilidade em todos os cenários para o mesmo.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Qualidade de vida. Estudo de viabilidade econômica e financeira.

ABSTRACT

The present work refers to an economic and financial feasibility study for the implementation of a quality of life center to be located in the city of Horizontina, Northwest region of the State of Rio Grande do Sul, as part of the course conclusion work. of the Bachelor's Degree in Economic Sciences, taught by Faculdade Horizontina – FAHOR. Through the concern with the structuring of this challenge, there is the concern with health, a current issue that has great repercussions for humanity, which has been causing as people a movement for the pursuit of quality of life. In this way, the visualization of this potential project, had as general objective, to analyze the economic and financial viability of a quality of life center located in the city of Horizontina-RS. For the construction of the project in question, deductive, qualitative and quantitative methods were used, followed by descriptive research procedures and case study, the techniques used to prepare data collection through an interview with the proprietary data and the analysis of data is carried out using the quantitative approach. Given this context, the work was developed in stages of this survey of costs and expenses with financial analysis and billing projection, DRE and accounting indexes to the construction of scenarios for economic and financial analysis, which proves to be viable. From the conclusion of this study, it was identified that there is feasibility in all scenarios for it.

Keywords: Entrepreneurship. Quality of life. Economic and financial feasibility study.

LISTA DE QUADROS

Quadros

Quadro 1-Investimento inicial em infraestrutura	35
Quadro 2-Gastos com taxas e publicidade	36
Quadro 3-Investimento na sala de atendimento psicológico	36
Quadro 4-Investimento sala de atendimento odontologia	37
Quadro 5-Investimento sala recepção.....	38
Quadro 6- nvestimento nos banheiros	39
Quadro 7-Investimento na cozinha.....	40
Quadro 8-Custos fixos mensais	41
Quadro 9-Custo do atendimento odontológico variável.....	42
Quadro 10-Relação de serviços e capacidade.....	42
Quadro 11-Projeção de serviços e faturamento por cenário	43
Quadro 12-Projeção de DRE cenário pessimista	44
Quadro 13-Projeção de DRE cenário realista	44
Quadro 14-Projeção de DRE cenário otimista.....	45
Quadro 15-Margem de contribuição X ponto de equilíbrio	46
Quadro 16-Retorno sobre o investimento	46
Quadro 17-Payback	47
Quadro 18-Custo de oportunidade.....	48

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REVISÃO DA LITERATURA	13
2.1 ECONOMIA.....	13
2.1.1 Microeconomia	14
2.2 EMPREENDERISMO	15
2.2.1 Perfil Empreendedor	16
2.3 SERVIÇOS.....	16
2.3.1 Prestação de serviços	17
2.3.2 Qualidade de serviço	18
2.4 QUALIDADE DE VIDA	19
2.4.1 Indicadores de qualidade de vida	20
2.4.2 Qualidade de vida no trabalho	21
2.5 MARKETING DE SERVIÇOS.....	21
2.5.1 Comportamento do consumidor	22
2.6 ASPECTOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS	23
2.6.1 Investimentos	24
2.6.2 Receitas	25
2.6.3 Custos	25
2.6.3.1 Custos diretos	26
2.6.3.2 Custos indiretos.....	26
2.6.3.3 Custos Fixos.....	26
2.6.3.4 Custos Variáveis	27
2.6.4 Despesas	27
2.6.4.1 Despesas Fixas	27
2.6.4.2 Despesas Variáveis.....	28

2.6.5 Indicadores de Viabilidade Financeira	28
2.6.5.1 Ponto de Equilíbrio	28
2.6.5.2 Margem de contribuição	29
2.6.5.3 Retorno sobre o Investimento	30
2.6.5.4 Payback.....	30
3 METODOLOGIA	32
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	35
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	35
4.2 DETALHAMENTO DO PROJETO DE INVESTIMENTO DE CRIAÇÃO DA EMPRESA.....	35
4.2.1 Investimentos com legalização e abertura da empresa.....	36
4.2.2 Orçamento de cada peça	37
4.2.2.1 Orçamento de sala de atendimento psicológico	37
4.2.2.2 Investimento na sala de odontologia.....	38
4.2.2.3 Investimento sala recepção.....	39
4.2.2.4 Investimento nos banheiros.....	40
4.2.2.5 Investimento Cozinha	41
4.2.3 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS	42
4.2.3 Custos Variáveis	43
4.2.4 Estimativa de capacidade de atendimento e preços de venda dos serviços	44
4.2.5 Projeção de faturamento mensal	45
4.2.6 Demonstração de resultado e exercício (DRE).....	46
4.2.7 Margem de contribuição e ponto de equilíbrio	47
4.2.8 Retorno sobre o investimento.....	48
4.2.9 Payback.....	49
4.2.10 Custo de oportunidade.....	49
4.2.11 Principais evidências da análise econômica e financeira	51
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS.....	54

1 INTRODUÇÃO

A melhoria na expectativa de vida, vem trazendo uma crescente preocupação com qualidade da mesma, bem-estar e promoção da saúde tanto física como mental, fazendo com que se invista em práticas que tragam um retorno positivo no que diz respeito á saúde e aumento do rendimento pessoal e profissional. A qualidade de vida envolve o bem-estar físico, psicológico e emocional, as relações sociais e outros critérios que atingem a vida humana. Para a Organização Mundial da Saúde (OMS,1995, s.p), qualidade de vida é “a percepção do indivíduo de sua inserção na vida no contexto da cultura e sistemas de valores nos quais ele vive e em relação aos seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações”.

Diante da realidade atual, onde a busca pela melhoria da qualidade de vida é cada vez mais presente no dia a dia da população, este estudo tem por finalidade verificar a viabilidade para abrir um empreendimento voltado a este segmento, localizado em Horizontina-RS, enquadrado como um centro de qualidade de vida que tem por finalidade agregar melhoria às pessoas que se preocupam com si mesmas e com suas famílias, utilizando essa complementação a sua saúde e seu bem-estar.

A abertura de empreendimentos faz a economia de um país girar, através do aumento de postos de trabalho, geração de riquezas e conhecimento. Segundo dados do Sebrae (2020), em 2019, a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) apontou que o país atingiu 23,3% de taxa de empreendedorismo inicial, considerada a maior marca até agora e o segundo melhor patamar total de empreendedores (38,7% da população adulta, entre 18 e 64 anos) desde 2002, primeiro ano da série histórica desta variável.

Tem-se uma oportunidade de negócio com um nicho de mercado específico em qualidade de vida, já que se tem poucos espaços voltados a esse proposito em Horizontina. Porém, para que esse negócio traga um retorno positivo, não basta apenas que se e conheça as possibilidades, é preciso verificar se a mesma é viável através de uma abrangente análise do cenário econômico e financeiro a fim de se evitar futuras frustrações, considerando que segundo o SEBRAE (2013,s.p) , a taxa

de sobrevivência de empresas recém-abertas em até dois anos no segmento de serviços é de 72%.

O tema do presente trabalho é realizar um estudo de viabilidade enfatizando uma análise financeira e econômica para um centro de multiprofissional voltados para qualidade de vida no município de Horizontina-RS.

Possuir um empreendimento é o sonho de muitas pessoas, mas para realizá-lo é necessário planejar, entender a situação real do mercado e organizar cuidadosamente a descrições detalhadas de um estudo de viabilidade. Para o presente estudo, foi delimitado como problema o seguinte: Qual a viabilidade econômico-financeiro do empreendimento no ramo de qualidade de vida no município de Horizontina-RS?

A criação de um estudo de viabilidade é indispensável, assim é possível ter um mais amplo conhecimento do negócio, dos clientes, das tendências sobre o futuro e da situação financeira. Para isso, utilizou-se de embasamentos teóricos para conceituação do negócio e seu objeto de estudo, além de ferramentas e técnicas de análise que colocadas em prática, em suma, possibilitam visualizar o negócio como um todo, seja econômica ou financeiramente, e assim, realizar uma análise e diagnosticar sua viabilidade.

O objetivo geral deste estudo é analisar a viabilidade econômica e financeira de um centro de qualidade de vida no município de Horizontina- RS.

Para este estudo foram elaborados os seguintes objetivos específicos:

- a) Detalhar o projeto de investimento de criação da empresa;
- b) Realizar o levantamento dos custos e receitas;
- c) Verificar o retorno sobre o investimento;
- d) Calcular o tempo de retorno do investimento;
- e) Apresentar a viabilidade econômica e financeira;

O estudo em questão está dividido em revisão bibliográfica onde se falam sobre assuntos relacionados sobre o estudo na visão de autores. Em seguida se encontra os materiais e métodos utilizados, os resultados da pesquisa em questão e a conclusão tirada com base nos mesmos.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Com a finalidade de se conhecer melhor o problema tratado, é de suma importância o entendimento sobre os termos do tema proposto. Dessa forma, neste capítulo estão abordados conceitos relacionados a pesquisa, sendo alguns deles: empreendedorismo, aspectos econômicos e financeiros.

2.1 ECONOMIA

Besanko e Braeutigam (2004) apontam economia como a ciência que estuda a alocação de recursos finitos para atender às necessidades humanas ilimitadas. Essas necessidades humanas incluem alimentos, roupas, abrigo e todos os produtos e serviços que as pessoas desejam para melhorar sua qualidade de vida. A demanda é limitada porque está-se sempre pensando em maneiras de melhorar a felicidade, aumentando a quantidade e a qualidade dos bens ou serviços. Porém, a produção de bens e serviços requer recursos como habilidades de gestão de recursos humanos, capital e matérias-primas escassas devido à oferta limitada. Escassez significa que a escolha do produto ou serviço produzido e, portanto, o desejo humano, é limitada. Assim, a economia é, em última análise, explicada cientificamente por escolhas estreitas.

Guimarães e Gonçalves (2017) comentam que a economia é a ciência que estuda como os recursos escassos da sociedade são alocados de acordo com as decisões individuais dos consumidores, trabalhadores e empresas. Em geral, a economia costuma estar preocupada com problemas financeiros e fiscais e com a inflação do déficit e da balança comercial do governo, mas esses tópicos são apenas a ponta do iceberg.

Ainda segundo esses autores, os economistas frequentemente expressam suas ideias teóricas na forma de modelos. O modelo é uma simplificação para facilitar a compreensão do problema real. Por serem simples descrições do mundo, são inerentemente incompletas e não capturam todas as nuances do mundo real. Mas essa é a grande vantagem do modelo. Ao simplificá-lo, você poderá analisar os pontos chave de cada questão de forma mais eficaz. As pessoas não podem

entender completa e precisamente as escolhas das empresas, trabalhadores e consumidores e, portanto, não podem explicar com precisão a importância de cada fator na determinação do preço de um produto, salários e produção de um país.

Silva e Silva (2018) definem economia como um ramo das ciências sociais que estuda como a demanda por bens e serviços explora recursos produtivos escassos em uma sociedade infinita. Isso significa que o sistema econômico de um país, capitalista ou socialista, deve decidir como produzir, para quem ou quanto produzir, o que produzir, em um contexto de escassez de recursos. Observe-se que a escassez está no cerne da economia, mas isso não significa que todos são escassos, ou seja, significa que a maioria dos fatores de produção e os bens e serviços consumidos estão disponíveis para todos. De acordo com os autores a economia ajuda a fazer essas escolhas para proporcionar uma melhor qualidade de vida para as sociedades de curto e longo prazo.

2.1.1 Microeconomia

Silva e Silva (2018) ressaltam que a microeconomia, também conhecida como teoria dos preços, visa estudar o comportamento de produtores e consumidores em um determinado mercado. Ele estuda entidades econômicas individuais, ou seja, como os consumidores determinam o consumo, como os produtores determinam a produção e, portanto, como os preços de mercado são formados.

Ainda destacam que a microeconomia estuda os fatores individuais, como eles tomam decisões de consumo e produção e como os preços são formados a partir de suas interações. Uma das questões mais proeminentes da microeconomia é a demanda, a forma como as pessoas determinam o consumo. Em mercados onde o valor é simples e introdutório baixo, a lei geral da demanda tende a prevalecer. Quando os preços caem, o consumo tende a aumentar e vice-versa. A lei é considerada "genérica". Em outras palavras, não se aplica a todos os produtos e serviços.

Para Pindyck e Rubinfeld (2002), microeconomia é um ramo da economia que lida com o comportamento de unidades econômicas individuais, como consumidores e empresas. É principalmente sobre restrições e como usá-las. Mais especificamente, trata da alocação de recursos escassos. Por exemplo, pode-se

citar o fato de que a microeconomia descreve como os consumidores podem gastar com sucesso sua renda limitada em uma ampla gama de produtos e serviços disponíveis.

2.2 EMPREENDERISMO

Dornelas (2008) entende que empreendedorismo é a relação entre pessoas e processos, que juntos levam à transformação de sonhos e ideias em oportunidades. Este processo de empreender requer muito planejamento e cuidado, exigindo a consciência do empreendedor de que empreender requer calcular riscos, exige pesquisa de mercado.

O autor ainda enfatiza que a economia e os meios de produção e serviços se tornaram mais complexos, por isso hoje existe a necessidade de formalizar os conhecimentos adquiridos com a experiência do passado. Portanto, a ênfase no empreendedorismo é mais o resultado da mudança tecnológica e sua velocidade, não apenas uma moda. A competição econômica também força novos empreendedores a adotarem um paradigma diferente

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2009) o empreendedor tem como característica básica o espírito criativo e pesquisador. Ele está constantemente buscando novos caminhos e novas soluções, sempre tendo em vista as necessidades das pessoas. A essência do empresário de sucesso é a busca de novos negócios e oportunidades e a preocupação sempre presente com a melhoria do produto. Enquanto a maior parte das pessoas tende a enxergar apenas dificuldades e insucessos, o empreendedor deve ser otimista e buscar o sucesso, apesar das dificuldades.

Hirsch; Peters e Sheperd (2014) comentam que o empreendedorismo desempenha um papel importante na criação e desenvolvimento de empresas e no desenvolvimento e prosperidade de países e regiões. Esses resultados em larga escala podem ser um tanto suaves em princípio, porque as ações empreendedoras começam quando as oportunidades de lucro encontram indivíduos empreendedores. Oportunidades de empreendedorismo referem-se a situações em que novos bens, serviços, matérias-primas e métodos organizacionais podem ser introduzidos e vendidos por um valor superior aos seus custos de produção.

Ainda segundo esses autores tornar-se empresário significa aproveitar oportunidades que valem a pena. Isso envolve o pensamento empreendedor, ou seja, o processo psicológico de um indivíduo superando a ignorância para determinar se um sinal representa a oportunidade de alguém e / ou reduzindo as suspeitas sobre essa oportunidade.

2.2.1 Perfil Empreendedor

Para Chiavenato (2004) o empreendedorismo é a energia da economia, a alavanca dos recursos, o impulso dos talentos e a força motriz das ideias. Mais importante, ele é uma pessoa que pode farejar oportunidades antes de outros aventureiros e precisa usá-las muito rapidamente. Empreendedores são pessoas que iniciam e dirigem negócios para realizar ideias ou projetos pessoais, assumir riscos e responsabilidades e continuar a inovar.

Chagas (2000) entende que não adianta acumular conhecimento, é importante que você saiba se educar e sempre siga o mesmo caminho que a empresa busca atingir seus objetivos: aprender fazendo e errando. Para ele os empreendedores se dividem em um grupo que define o sucesso como sociedade e um grupo que tem um conceito interno de sucesso.

Segundo Dornelas (2008), o empreendedor tem o importante papel de fazer as coisas acontecerem, se antecipando aos fatos através de uma visão futura da organização. Ele não menciona o papel do empreendedor como causador de mudanças, mas o vê explorando oportunidades através das mudanças, sejam elas na tecnologia, nos desejos dos consumidores, nas normas sociais etc.

2.3 SERVIÇOS

Conforme Zeithamel e Bitner (2003), a definição de um serviço inclui todas as atividades econômicas nas quais os serviços, processos e resultados derivados deles não são físicos, mas geralmente consumidos naquele momento. Convivência, diversão, conforto, saúde, etc.

Para Hoffman e Bateson (2003),

A inseparabilidade reflete a simultaneidade da produção e o consumo do serviço. Descreve também os serviços com experiência compartilhada na qual, em muitos casos, o produtor e o cliente tem que estar presentes para que a transação seja concluída. (HOFFMAN, BATESON, 2003, p. 77).”

Para Churchill e Peter (2003), a indústria de serviços está crescendo por dois motivos: a demanda do consumidor e do comprador e a entrada de novas tecnologias. À medida que a economia nacional se desenvolve, os serviços tendem a desempenhar um papel mais importante e os consumidores são encorajados a usar os serviços mais ativamente quando têm maior poder de compra, ou seja, têm mais dinheiro do que precisam para compras básicas.

Segundo Kotler (1998), a definição de serviço é que uma parte prestará outra, o que é intangível por natureza e não confere propriedade, os resultados podem não ser considerados relevantes para o produto real.

“Um serviço é qualquer atividade ou benefício que uma parte possa oferecer à outra que seja essencialmente intangível e que não resulte em propriedade de coisa alguma. Sua produção pode ou não estar ligada a um produto físico” (KOTLER, 1998).

2.3.1 Prestação de serviços

No entendimento de Fitzsimmons e Fitzsimmons (2000) atender clientes é uma atividade em evolução constante, e as empresas devem estabelecer diferenciações que agreguem valor aos seus serviços a fim de adquirir e reter clientes. Qualidade, competitividade, necessidades dos clientes, busca da melhoria contínua, tecnologia, inovação, são cada vez mais reconhecidos como um mundo do trabalho e são em certa medida fatores relevantes na prestação de serviços e gestão da empresa.

Ainda para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2000) como a ênfase na qualidade da prestação de serviços é essencial neste setor, acredita-se que as empresas devem desenvolver serviços eficientes na prestação de serviços e desenvolver valor, atendendo às necessidades e satisfação do cliente. Atingindo resultados positivos de curto e longo prazo.

Nóbrega (2013) o contato pessoal entre um cliente e uma empresa pode ser um serviço telefônico direto ou indireto. As atividades de linha de frente são de

fundamental importância porque têm impacto direto na percepção do cliente sobre os serviços oferecidos pela empresa. Porém, devido à dificuldade de padronizar as operações de linha de frente, existem para atender aos requisitos do cliente e, para proporcionar maior agilidade, aumenta a autonomia do funcionário no processo.

De acordo com o mesmo autor os detalhes da realização de um serviço ou no início da prestação do mesmo tornam-se uma vantagem competitiva, e ainda cita como exemplo as instalações físicas adequadas ao ramo de negócios, competência dos profissionais, padrões de atendimento ao cliente e trabalho em equipe, podem se tornar diferencial na escolha de um serviço pelo cliente. Utilizando ferramentas diferencial para buscar a atenção, as empresas prestadoras de serviços administrarão os mesmos de maneira global, melhorando a qualidade dos serviços prestados.

2.3.2 Qualidade de serviço

Para, Fitzsimmons e Fitzsimmons os serviços estão relacionados:

Em serviços, a avaliação da qualidade surge ao longo do processo de prestação de serviço. Cada contato com o cliente é referido como um momento de verdade e uma oportunidade de satisfazer ou não o cliente. A satisfação do cliente com a qualidade do serviço pode ser definida pela comparação de percepção de serviço prestado com as expectativas do serviço desejado.(FITZSIMMONS e Fitzsimmons, 2000, p.146).

Ainda na visão de Fitzsimmons e Fitzsimmons (2000) a compreensão da qualidade do serviço ocorre no processo de prestação do serviço entre o cliente e o prestador de serviço. O resultado da satisfação do cliente com a qualidade do serviço prestado é visualizado na comparação do serviço percebido proposto com as expectativas do serviço desejado. Quando as expectativas são altas, isso mostra que a qualidade do serviço é percebida como superior às expectativas. Ainda assim, segundo o autor, se as expectativas não forem atendidas, a qualidade do serviço é inaceitável. Ao contrário dos produtos com propriedades físicas, é difícil avaliar a qualidade dos serviços porque a satisfação do cliente é determinada por muitos fatores invisíveis.

O resultado para a qualidade de um serviço prestado está diretamente ligado à satisfação percebida pelo cliente. Sendo assim, um cliente satisfeito

provavelmente voltará a contratar o serviço, ou ainda como consequência o indique a outras pessoas com as quais se relaciona. Segundo Reis (2003), “a qualidade percebida é determinada pela “diferença entre a qualidade esperada e qualidade experimentada”, ou seja, é a diferença entre as percepções e expectativas dos clientes.” (REIS, 2003, p. 62).

Conforme Horovitz (1993), a empresa que se especializar em conhecer melhor o que seu cliente necessita ainda respeitar seus direitos, assim estará apta a fornecer atendimento com qualidade. Destacando que o resultado de um serviço de qualidade dependerá da opinião do cliente, pois é ele quem determina o nível de excelência do serviço.

2.4 QUALIDADE DE VIDA

De acordo com Minayo et al. (2000), qualidade de vida:

É uma noção eminentemente humana, que tem sido aproximada ao grau de satisfação encontrado na vida familiar, amorosa, social e ambiental e à própria estética existencial. Pressupõe a capacidade de efetuar uma síntese cultural de todos os elementos que determinada sociedade considera seu padrão de conforto e bem-estar. O termo abrange muitos significados, que refletem conhecimentos, experiências e valores de indivíduos e coletividades que a ele se reportam em variadas épocas, espaços e histórias diferentes, sendo, portanto, uma construção social com a marca da relatividade cultural. (MINAYO et al. 2000, p.10).

A busca pela qualidade de vida passou a ser uma meta conquistada por meio do esforço individual. Prefiro seguir o bom senso porque sei que é bom e traz melhores benefícios para a saúde. A qualidade de vida é um ideal e uma meta a ser alcançada e tem forte influência no papel político, econômico e importante na vida pessoal (BARBOSA, 1998).

O autor ainda comenta que pensando em caminhos para a busca da qualidade de vida, começa a surgir um ambiente profissional, também conhecido como centro de qualidade de vida. Este é um espaço profissional que combina tratamento e atividades programáticas, métodos e práticas para melhorar a qualidade de vida.

Fleck (2000) compreende que para se contemple a qualidade de vida possui ligações com o meio o qual o indivíduo está inserido, e por isso: A preocupação com

o conceito de qualidade de vida refere-se a um movimento dentro das ciências humanas e biológicas no sentido de valorizar os parâmetros mais amplos que o controle de sintomas, a diminuição da mortalidade ou o aumento da expectativa de vida. (FLECK, 2000, p.20).

De acordo com Nahas, Barros, Francalacci (2001) qualidade de vida é o estado das pessoas com um conjunto de parâmetros ambientais pessoais e sociais, que podem ou não ser alterados para caracterizar as condições em que vivem. A busca pela mesma está se tornando cada vez mais evidente no mundo dos negócios, publicidade e promoção, embalagens de alimentos, apartamentos residenciais, movimentos políticos e outros meios de chamar a atenção.

2.4.1 Indicadores de qualidade de vida

Os indicadores de qualidade de vida têm sido usados para avaliação da eficácia, da eficiência e do impacto de determinados tratamentos na comparação entre procedimentos para o controle de doenças. Os indicadores representam os níveis de qualidade de vida e saúde afim de demonstrar como andam os perfis da população, se estão condizentes com as condições de vida em que se encontram. A partir dos dados e informações geradas é possível criar parâmetros para comparação de grupos, cidades, países, e os mesmos resultados poderão ser utilizados para fins diversos, como melhoria da saúde, questões políticas e ainda mercadológicas (SEIDL; ZANNON, 2004, p. 581).

As formas de se chegar a uma mensuração de instrumentos de avaliação de qualidade de vida são muitas, segundo Gonçalves e Vilarta (2004, p. 9) “os primeiros indicadores objetivos de qualidade de vida incluíam três ordens de fato: “1. aquisição de bens materiais; 2. avanços educacionais; 3. condições de saúde”.

[...] esse tipo de análise leva a uma generalização dos grupos em questão, pois suas particularidades históricas e culturais não são levadas em consideração. Esse tipo de instrumento indicador, que se apoia em questões socioeconômicas relativas à aquisição de bens, desconsidera vertentes subjetivas e a multiculturalidade da sociedade contemporânea, adota referenciais hegemônicos como parâmetros avaliativos (GONÇALVES; VILARTA, 2004, p. 10).

2.4.2 Qualidade de vida no trabalho

Atualmente, as pessoas, passaram a ser para as organizações como um recurso, cheias de habilidades e de conhecimentos, que são essenciais na hora de desempenharem suas atribuições em um processo produtivo que envolva o crescimento empresarial, sendo indispensável compreender que estas pessoas vão além de um capital, elas são humanas, possuem expectativas e necessidades, formadas de personalidade (ANDRADE, 2012).

Segundo Chiavenato (1999) o tema qualidade de vida torna-se um fator de grande importância nas organizações e está diretamente relacionado à maximização do potencial humano, e isto depende inteiramente de como as pessoas se sentem em seu local de trabalho. Nesse sentido, a organização que se preocupa e tem ações voltadas à qualidade de vida de seus colaboradores passará confiança aos mesmos, porque são organizações que se preocupam com o bem-estar, satisfação, segurança, saúde e a motivação de seus funcionários.

Ainda segundo o autor a qualidade de vida no trabalho é reconhecida pela atividade dos colaboradores e pela satisfação com o ambiente de trabalho. Colaboradores satisfeitos ficam mais motivados, mais produtivos, criativos, saudáveis e inovadores, trazendo mais resultados para a organização e benefícios para a empresa. Qualidade de vida no trabalho refere-se a um conjunto de etapas que, quando implementadas dentro de uma organização, complementam e aprimoram os meios para a obtenção de melhores resultados.

2.5 MARKETING DE SERVIÇOS

Segundo Kotler (1998) o marketing de serviços consiste em um conjunto de técnicas analíticas, de planejamento, monitoramento e implementação usadas para fornecer serviços de uma forma que atenda às necessidades existentes. O marketing de serviço difere do marketing de produto porque se concentra em como o serviço é prestado, nas qualificações das pessoas que executam o serviço e em como os clientes percebem a qualidade.

Ainda de acordo com o mesmo, marketing de serviços é referenciado como “À medida que as economias evoluem, a uma proporção cada vez maior de suas

atividades se concentra na produção de serviços [...]. Muitas ofertas ao mercado consistem em um mix variável de bens e serviços.” (KOTLER, 2000, p. 25).

Na verdade, muitos serviços contêm elementos de bens tangíveis, como o cardápio de um restaurante, o extrato bancário ou a política escrita de uma companhia de seguros. A maioria dos bens por sua vez, oferece pelo menos um serviço, como o de entrega (HOFFMAN; BATESON, 2008, p.4).

Os autores ainda ressaltam que o marketing de serviços é um conjunto de táticas que agregam valor aos serviços prestados para persuadir os clientes a escolher um determinado negócio. Você pode usar estratégias de marketing de serviço para garantir a satisfação máxima do consumidor e do usuário.

O entendimento de marketing de serviços se justifica também para Grönroos (2009) e Hoffman e Bateson (2008), que visionam uma enorme ascensão de empregos no ramo de serviços o que só traz grandes benefícios para economia mundial, aonde o marketing de serviços irá atuar como ferramenta para gestão.

2.5.1 Comportamento do consumidor

Segundo Kotler (1998, p 37), a área do comportamento do consumidor estuda como pessoas, grupos e organizações selecionam, compram, usam e descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer suas necessidades e seus desejos.

O comportamento do consumidor busca compreender por que os consumidores compram certos produtos e não outros. É por isso que os profissionais de marketing identificam os pensamentos, sentimentos e comportamento do consumidor, e pesquisam mudanças que afetam os consumidores (CHURCHILL; PETER, 2000).

Conforme Karsaklian (2000, p.30) Maslow apresenta as necessidades do ser humano organizadas em prioridades e hierarquias, as quais passariam de um nível a outro mais elevado à medida que a anterior for satisfeita. Conforme visualizada na figura 4.

Figura 1: Hierarquia das necessidades, segundo Maslow



Fonte: MASLOW, 2000, p.105.

Para Maslow (2000) as necessidades fisiológicas incluem comida, sono, abrigo e tudo o mais que os humanos precisam para viver. As necessidades de segurança enfatizam a necessidade de as pessoas se protegerem de perigos. Os desejos sociais, por outro lado, referem-se à participação de um indivíduo no ambiente social, aceitação dos outros e sentimentos de amizade e amor. A necessidade de autoestima refere-se à autoconsciência, autoconfiança, desejo e independência de um indivíduo. A necessidade de autorrealização está no topo da hierarquia de desejos de Maslow, mostrando que as pessoas estão constantemente buscando crescimento para atender às suas escolhas.

De acordo com Gade (1998) a Teoria da Necessidade de Freud é usada em marketing para estudar porque as pessoas consomem e os atrativos que podem ser usados para promover a venda de produtos e serviços. Na compreensão de Freud, existem três parâmetros envolvidos no comportamento de um indivíduo. Os IDs incluem a realidade, o ego controla os impulsos básicos do indivíduo e o superego aparece dentro da restrição social.

2.6 ASPECTOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS

Para Padoneze e Benedicto (2008) o objetivo de realizar análises econômicas e financeiras é tirar informações das demonstrações financeiras de uma organização para melhor orientar as decisões de gestão. Esses relatórios contábeis fornecem

uma riqueza de dados para uma organização por um período específico com o propósito de uma avaliação mais eficaz do estado da organização, levando em consideração seus aspectos operacionais, patrimoniais e financeiros., Economia e finanças que fornece uma análise eficaz da sua organização onde irá guiá-lo durante o crescimento da sua empresa e as etapas de desenvolvimento futuro.

Ainda segundo os autores toda atividade realizada em uma empresa resulta em valor monetário, que é o desejo de toda empresa obter lucro. Quer se trate de um serviço ou produto, trata-se de variar a quantidade de capital investido para administrar uma empresa. Portanto, a receita operacional deve ser suficiente para cobrir todos os custos e despesas incorridos ao obter lucro.

Málag (2010) fala que a análise das demonstrações financeiras é uma habilidade essencial para todos os trabalhos, incluindo gestão de investimentos, alocação de recursos, finanças corporativas e crédito, entre outros. A parte mais simples da análise é gerar índices financeiros e compará-los entre as empresas.

O autor ainda ressalta que a análise criteriosa de uma empresa não se resume aos índices e às demonstrações financeiras. Existe uma estrutura de análise, que permite um entendimento mais amplo e detalhado. As demonstrações financeiras são apenas um dos pilares das informações que um analista precisa saber e analisar para entender o desempenho de uma empresa, e o analista transforma suas realizações em um entendimento simples, pois essas demonstrações não têm limite. Cabe a ele complementar a análise financeira com informações sobre os incentivos para manipular os movimentos e os lucros dos administradores também desempenham um importante papel analítico.

2.6.1 Investimentos

Para Motta e Calôba (2006) um investimento é uma alteração do capital investido em um projeto, que visa recuperar o valor do investimento inicial em um curto espaço de tempo, entre novos negócios, início de negócios existentes e outras opções.

Kassai et al (2005) compreendem que os investimentos são indispensáveis, e precisam ser incentivados, porém no caso de não haver retorno sobre o mesmo de modo satisfatório e favorável, os investidores não estarão se sentindo motivados a

realizarem investimentos.

Portanto, um investimento é resumido em um determinado produto, negócio ou investimento de capital de uma empresa, e pode ou não ser lucrativo pelo valor do investimento e a receita associada.

2.6.2 Receitas

Para Franco (2006) a receita refere-se ao reajuste dos custos operacionais. Para as organizações, eles ganham dinheiro com a venda de bens e serviços. No entendimento de Marques (2015) A receita inclui entradas de dinheiro ou contas a receber de caixa resultantes da venda de bens ou da prestação de serviços durante um determinado período, o que altera o capital da empresa.

Ainda para o autor as receitas podem vir da atividade principal, conceituadas como receitas operacionais, onde correspondem as entradas, sendo elas a vista ou a prazo, decorrentes da efetuação da comercialização de produtos ou da prestação de serviços, ou ainda serem resultantes de operações realizadas eventualmente, e também as receitas não operacionais não necessitam ter ligação com as atividades principais e podem ser resultantes de juros de venda de immobilizados, aplicações de banco, recebimento de aluguéis, entre outros.

2.6.3 Custos

Para Bruni (2008) o custo é caracterizado pelo valor monetário que constitui um produto ou serviço. Portanto, os custos estão incluídos na produção de um produto ou serviço e fazem parte diretamente de sua composição.

Já no entendimento de Dutra (2003) custo refere-se à aplicabilidade de um custo ou parte do custo usado em um processo de produção, tendo ou não o custo sido gasto. Custo é a parcela acordada pelo comprador no momento da compra de bens, bens ou serviços, ou o valor intrínseco dos bens desde o momento da compra até a data de vencimento.

Portanto, os custos não são apenas definidos como custos que fazem parte da produção, mas devem ser classificados separadamente como custos fixos, custos variáveis, direta ou indiretamente.

2.6.3.1 Custos diretos

De acordo com Dutra (2003), os custos diretos estão ligados a cada produto serviço ou bem, já em sua etapa de produção, desta forma estão associados diretamente a todo tipo de produto, serviço, bem, ou como atribuição de custo.

Segundo o entendimento de Leone (2000), o custo direto é algo que pode ser diferenciado da mão de obra, por ser considerado mais econômico e razoável. Um custo facilmente identificável para um bem, produto ou serviço para um objeto de custo. Dessa forma as despesas gerais são parte integrante do produto e se torna mais fácil identificar os materiais, esforços, serviços etc. necessários para obtê-los.

2.6.3.2 Custos indiretos

Conforme entendimento de Dutra (2003) os custos indiretos não devem ser diretamente atribuíveis aos bens ou serviços quando incorridos. Portanto, os custos indiretos são geralmente reconhecidos pela empresa.

Bertó e Beulke (2005), salientam que os custos indiretos são a base para o seguimento das atividades de uma determinada empresa, desta forma, os custos indiretos são dificultosamente mensurados de modo exato em cada unidade produzida. Os custos indiretos abrangem os gastos com materiais, mão de obra e os gastos gerais de fabricação utilizados indiretamente no produto, sendo assim designados pela impossível identificação segura de duas quantidades em relação ao produto e valores.

2.6.3.3 Custos Fixos

No entendimento de Santos (2001), o período de produção tem um custo fixo e o número de operações pode variar amplamente e sendo fixo no geral, mas diminui na proporção do número de unidades à medida que a produção aumenta.

Para Bornia (2002) os custos fixos não dependem do tamanho das operações da empresa e, portanto, não flutuam devido às flutuações na produção. Assim, um custo fixo é um custo contínuo que existe independentemente das flutuações na quantidade de um produto produzido ou vendido. Os custos fixos são uma

característica das operações, e exemplos de custos fixos são salários e aluguel.

2.6.3.4 Custos Variáveis

De acordo com Dutra (2003) os custos variáveis são definidos como custos que mudam em resposta às flutuações na produção, portanto, quanto maior a produção durante um período especificado, maiores serão os custos variáveis e vice-versa. Quanto menor a produção, menor o custo variável.

Já no entendimento de Santos (2005) os custos variáveis são configurações específicas que continuam a existir conforme a quantidade de atividade na empresa muda. Os custos variáveis são os gastos que diversificam de acordo com a quantidade de produtos vendidos ou produzidos.

2.6.4 Despesas

De acordo com Dutra (2003), as despesas incluem os custos incorridos após a criação ou prestação do Serviço. Despesas incorridas durante as atividades de consumo. Os custos são visualizados e auferidos direta ou indiretamente por meio do consumo de um produto ou serviço.

Para Martins (1978) *apud* Leone (2000), despesas pertencem aos bens e serviços obtidos de forma indireta ou diretamente para que se alcance as receitas. Elas abrangem a gastos imprescindíveis para que se ocorra a comercialização de serviços ou bens já produzidos, são gastos que acontecem depois do processo produtivo.

2.6.4.1 Despesas Fixas

Para Correa Neto (2007) as despesas continuam fixas para certas restrições à atividade comercial. Ou seja, se houver uma mudança repentina e influente na realização da receita, o valor de um determinado custo pode mudar, mas essa mudança não ocorre na proporção da mudança na receita.

No entendimento de Perez, Oliveira e Costa (2008) despesas fixas sempre irão existir independentemente da quantidade das vendas ou da quantidade de

prestações de serviços em um determinado período. As despesas fixas existem indiferentes do volume existente nas vendas ou serviços.

2.6.4.2 Despesas Variáveis

Conforme Perez, Oliveira e Costa (2008), as despesas variáveis são apontadas apenas no processo de venda do produto variando de maneira correspondente às oscilações no volume das receitas. São os custos incorridos no processo de venda de bens ou prestação de serviços e variam consoante o volume de vendas ou prestação de serviços.

Na visão de Correa Neto (2007) as despesas variáveis, ocorrem na etapa seguinte ao faturamento de serviços ou mercadorias, geralmente elas são atribuídas aos percentuais em associação a sua base de cálculo.

2.6.5 Indicadores de Viabilidade Financeira

De acordo com Dutra (2003), os diagnósticos dos custos, e a avaliação de como está sendo gerado os lucros de uma empresa, são resultados que o empreendimento apresenta em algum determinado período. Nestas análises são examinadas todas as despesas e custos, assim como as demais variáveis que possam influenciar o resultado.

Em decorrência deste fato, os indicadores de custos, volume e lucro, são importantíssimas ferramentas de análise e diagnóstico de uma empresa, demonstrando como cada um se comporta diante o fluxo de atividades da mesma.

2.6.5.1 Ponto de Equilíbrio

Diante o entendimento de Crepaldi (1998) o ponto de equilíbrio diz respeito à tradução do termo “breakevenpoint” que está associado ao nível de vendas em que não existirá prejuízo ou lucro, neste estágio o total de custos se idêntico ao total das receitas.

Já na ótica do entendimento contábil de Braga (1998), os pontos de equilíbrio são adequados para certos níveis de atividade em que o lucro é zero. Em outras

palavras, se o volume de negócios ultrapassar o ponto de equilíbrio, os lucros serão exibidos, e se a atividade medida for inferior a esse ponto de equilíbrio, haverá uma perda.

Simplificando, para Padoveze (2000):

O ponto de equilíbrio evidencia, em termos quantitativos, qual é o volume que a empresa precisa produzir ou vender para que consiga pagar todos os custos e despesas fixas, além dos custos e despesas variáveis que ela tem necessariamente que incorrer para fabricar/vender o produto. No ponto de equilíbrio não há lucro ou prejuízo. A partir de volumes adicionais de produção ou venda, a empresa passa a ter lucros, a informação do ponto de equilíbrio da empresa, tanto do total global, como por produto individual, é importante porque identifica o nível mínimo de atividade em que a empresa ou cada divisão deve operar (PADOVEZE, 2000, p. 269).

Sendo assim o ponto de equilíbrio econômico segundo Bruni e Famá (2004), é determinada pelo montante de vendas necessário à empresa para cobrir o montante mínimo de fundos próprios utilizados pela empresa, ou quando o lucro é obtido quando o custo de oportunidade incorrido é igual ao capital investido.

Dornelas (2008) complementa que o diagnóstico de ponto de equilíbrio é necessário para discernir o momento exato e o mínimo que a empresa deve operar para garantir a estabilidade. É muito importante entender o equilíbrio do negócio como nível gerencial. Porque a partir daí você sabe o ponto de partida do lucro. Assim, o ponto de equilíbrio determina quanto uma organização deve vender ou manter sem custos e lucros, e quando uma organização é lucrativa após o pagamento de dividendos.

2.6.5.2 Margem de contribuição

A margem de contribuição indica que cada unidade vendida pela empresa rende um determinado valor de receita, e quando multiplicada pelo valor total vendido, há uma contribuição para todo o produto.

A margem de contribuição é a diferença entre a receita e a soma de custos e de despesas variáveis tem a finalidade de tornar bem mais fácil e visível a potencialidade de cada produto, mostrando como cada um contribui para primeiramente, amortizar os gastos fixos e depois formar o lucro propriamente dito. (MARTINS, 1990, p. 166).

Conforme Braga (1998), margem de contribuição é o saldo da receita menos

os custos variáveis totais. A redução nas despesas operacionais fixas é reconhecida como a margem de contribuição da receita operacional. O valor obtido com essa transação deve ser suficiente para cobrir os custos fixos e gerar lucro líquido.

Para Crepaldi (1998, p.229) “a margem de contribuição expressa, em última estância, potencial de cada elemento em gerar recursos para fazer face ao custo estrutural da empresa”. A Margem de contribuição evidencia o papel que cada produto ou serviço possui para a formação do lucro ou prejuízo da organização.

2.6.5.3 Retorno sobre o Investimento

Segundo Kassai et al. (2005) o retorno sobre o investimento é um indicador que mensura o retorno alcançado através dos investimentos e que qualifica a atratividade econômica do negócio, trabalhando como base para se avaliar o desempenho da organização a períodos antecessores e também, como comparativo a seus concorrentes.

Ainda no entendimento de Kassai et al. (2005) o ROI é confirmado dividindo os resultados operacionais por investimento. Isso garante que quanto maior o retorno do investimento obtido pelo proprietário, mais visível será o retorno.

O retorno do investimento é definido como a taxa de retorno obtida por meio de um investimento. Se houver retorno do investimento, é sinal de que o comportamento da empresa está sendo bem administrado. Se não houver retorno do investimento, o plano precisa ser reajustado.

2.6.5.4 Payback

Para Kassai (2005), o payback é um termo que se refere ao tempo que leva para um investidor reembolsar o capital usado em uma organização, ou seja, a quantidade de tempo que leva para um investimento igualar o fluxo de caixa equivalente pago à organização.

No entendimento de Souza (2007), existem duas maneiras para a realização do cálculo do payback, a fórmula do payback simples – PBS, que trabalha pelo meio das entradas de caixa que irão de suceder em datas futuras, sem que sejam consideradas as taxas de desconto, este método não considera o custo do dinheiro

no tempo. E pela forma do método do payback descontado – PBD, leva em questão o período para que se aconteça a recuperação do valor que foi investido, sendo calculado sob análise nos fluxos de caixa descontados, isto é, leva em consideração o valor do dinheiro no tempo. Para isso as entradas de caixa provenientes pelo projeto são convertidas para valor presente, sendo examinada a taxa mínima de retorno aceitável ou taxa mínima de atratividade – TMA.

3 METODOLOGIA

A metodologia é importante para a estruturação do trabalho e realização da pesquisa. Sendo que a mesma pode ser definida como um conjunto de atividades sistemáticas e racionais, e possui a finalidade de estudar os métodos que identificam os caminhos percorridos para alcançar os objetivos propostos pelo plano de pesquisa, detectando erros e auxiliando nas decisões (GÜLLICH, LOVATO e EVANGELISTA, 2007).

Para Güllich, Lovato e Evangelista (2007) a metodologia possui por finalidade estudar os métodos que identificam os caminhos percorridos para alcançar os objetivos propostos pelo plano da pesquisa.

Quanto aos objetivos, é pesquisa exploratória e descritiva, pois a pesquisa Exploratória, conforme Gil (2002) é aquela que possui como finalidade proporcionar maiores informações sobre o assunto que vai se investigar; proporcionar melhores condições para a delimitação do tema da pesquisa, orientar a fixação de objetivos e formulação de hipóteses, bem como auxiliar na descoberta de novos tipos de enfoque para o assunto.

A pesquisa exploratória busca mais informações sobre a necessidade de prestação de serviços concentrados em um único espaço para o alcance da felicidade e qualidade de vida. Além disso, foram investigados os custos, despesas e investimentos necessários para se manter um espaço para um centro de qualidade de vida na cidade de Horizontina-RS.

Descritiva, já que para Cervo e Bervian (1996, p. 49):

A pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Procura descobrir com a precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outras, sua natureza e características.

A pesquisa descritiva do presente trabalho se demonstra no detalhamento de todo o estudo onde se analisa a viabilidade mercadológica, econômica e financeira para se sustentar um centro de qualidade de vida na cidade de Horizontina-RS.

Quanto aos métodos de abordagem utilizou-se do método dedutivo, que conforme Güllich, Lovato, Evangelista (2007), a abordagem dedutiva prove de

planos maiores, para planos menores. É considerada também, a avaliação da estrutura conceitual e teórica, implementada e posteriormente testada pela observação empírica. Assim sendo, as informações coletadas durante o estudo são deduzidas com base de inferências gerais, demonstrando que o método dedutivo vai do geral para o particular. Portanto, neste estudo, adota-se um método dedutivo, com ênfase no mercado, estudo de viabilidade econômico-financeira do centro de qualidade de vida localizado em Horizontina-RS.

O método de procedimento escolhido para o estudo foi o de estudo de caso. Segundo Gil (2002) apud Güllich, Lovato e Evangelista (2007), o estudo de caso busca obter conhecimento acerca de uma realidade delimitada. O estudo de caso em questão buscou descrever o desenvolvimento de todo o estudo de viabilidade de mercado, econômico e financeiro, os relatórios e descrições que são pertinentes a este estudo, visando chegar à conclusão de sua viabilidade ou inviabilidade.

Referente as técnicas de pesquisa foram utilizadas as de coleta de dados e por pesquisa documental. A técnica de coleta de dados diz respeito ao método ou instrumento utilizado para coletar os dados e informações necessárias para a pesquisa. De acordo com Beuren (2006 p. 136) analisar dados significa trabalhar com todo o material obtido durante o processo de investigação, ou seja, com os relatos de observação, as transcrições de entrevistas, as informações dos documentos e outros dados disponíveis. Para o presente estudo utilizou-se de entrevista. A pesquisa documental abrange materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa (GIL, 2002). Neste contexto, o estudo se dá pela utilização de materiais bibliográficos e utilização de materiais de pesquisa documental, tais como relatórios e custos mensais da empresa em questão.

A análise de dados é feita pela abordagem quantitativa. Esse método segundo os autores Lakatos e Marconi (2001) é verificado quando os resultados são expostos no formato de números. Se percebe a aplicação de métodos quantitativos, na viabilidade econômico-financeira e na tabulação de custo mensais. Os dados foram tabulados por meio do software Excel, sendo que este, permite criar gráficos em planilhas, bem como a manipulação e organização destes dados, “você pode usar Excel, [...], para localizar totais de uma coluna ou linha de números, [...], solucionar problemas de matemática ou de engenharia ou encontrar um cenário de melhor caso com base em números variáveis que você conectar” (MICROSOFT,

2021). Os dados obtidos no estudo serão tabulados e analisando pelas planilhas criadas em Excel.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta fase da análise da viabilidade econômica e financeira de um centro de qualidade de vida foi produzida como seria a estrutura inicial para a empresa em questão, onde foram elencados todos os investimentos até os retornos previstos em suas atividades.

Primeiramente são apresentados todos os investimentos iniciais mostrando todos os itens necessários para a abertura do mesmo. Em seguida, aparece os custos fixos e variáveis. Em sequência é apresentada a projeção de faturamento, o demonstrativo de Resultado e Exercício (DRE), Ponto de Equilíbrio (PE), o Retorno sobre Investimento (ROI) e o Payback.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A clínica projetada contará inicialmente com duas salas comerciais ativas, sendo um dos espaços um consultório odontológico que é especializado na parte de aparelhos ortodônticos, mas faz também o atendimento clínico geral como consultas de rotina, avaliações, cáries etc. E um consultório para atuação de uma psicóloga que se dedica ao estudo e atendimento dos processos mentais, da maneira de agir do indivíduo e de suas implicações em um meio físico ou social e orientá-lo a como conseguir uma melhora.

O quadro funcional da clínica terá inicialmente duas sócias sendo cada uma portadora de um dos serviços listados. E uma funcionária, que fará o atendimento inicial dos pacientes e a organização das agendas de horários.

4.2 DETALHAMENTO DO PROJETO DE INVESTIMENTO DE CRIAÇÃO DA EMPRESA

O investimento inicial retrata o montante fundamental para o início das atividades de uma determinada empresa, onde para o estudo, foi detalhado a partir de quadros o investimento que é necessário com abertura e legalização da empresa, da mesma forma como a instalação de cada um dos ambientes utilizados. Para a

empresa projetada chegou-se ao orçamento do capital inicial necessário para um centro de qualidade de vida de 30 mil em infraestrutura. Como observado no quadro 1.

Quadro 1- Investimento inicial em infraestrutura

Descrição	Investimento
Projeto	2.000,00
Materias	18.000,00
Mão de obra	10.000,00
Total	30.000,00

Fonte: A autora (2021).

Os custos de investimentos estimados são o gasto com projeto que ficou no montante de R\$ 2.000,00 feito por uma arquiteta que inclui a planta baixa das divisões, mobília para duas salas de atendimento, uma sala de recepção, cozinha e banheiros; a aquisição dos materiais que engloba aquisição de gesso cartonado para divisórias, portas internas, tintas, componentes para fazer a tubulação e instalação eletro hidráulica etc. Para se fazer a infraestrutura interna no valor de R\$ 18.000,00 e o custo da mão de obra no valor de R\$ 10.000,00 que abrange a execução do projeto orçado Totalizando um montante de R\$ 30.000,00.

São necessários 2 ambientes, porém no ambiente estruturado tem 7 salas o que permite uma ampliação dos serviços prestados, tendo em vista também que um mesmo ambiente consegue ser utilizado para mais serviços, a exemplo do ambiente consultório de psicologia. Para o desenvolvimento desse estudo, se tomou a decisão de o centro inicialmente disponibilizar de apenas serviços que sejam relacionados diretamente a qualidade de vida e que possam ter interligação entre si, excluindo dessa maneira o ambiente beleza e seus serviços como corte de cabelo, manicure etc. Para facilitar a compreensão das necessidades de investimento para abertura de um centro de qualidade de vida, na sequência, foram detalhados e explicados cada item.

4.2.1 Investimentos com legalização e abertura da empresa

Para o começo das atividades de uma empresa se faz necessária uma série de métodos burocráticos como o pagamento de taxas para criação de um CNPJ e

uma série de investimentos como publicidade e instalação de fachada. O quadro 2 demonstra a relação de todos os investimentos necessários com a legalização e abertura da empresa:

Quadro 2- Gastos com taxas e publicidade

Descrição	Valor
Taxa de registro e alvarás	R\$ 2.000,00
Fachada	R\$ 1.500,00
Publicidade	R\$ 400,00
Total	R\$ 3.900,00

Fonte: A autora (2021)

O item taxa de registro e alvarás compreende alvará sanitário, alvará do meio ambiente, alvará de funcionamento e localização e registros. O item fachada foi orçado com base no preço de uma estrutura que será colocada no vidro do estabelecimento. O item publicidade é os gastos com marketing tanto digital quanto anúncios em rádios. Tendo como um custo total o montante de R\$ 3.900,00 reais.

4.2.2 Orçamento de cada peça

Um projeto de um espaço comercial precisa de elaboração para que sejam levadas consideração tanto a questão estética como funcional. Para o local em questão são necessários a organização e instalação de uma recepção para fazer o atendimento inicial e servir como sala de espera, uma sala para o serviço de auxílio psicológico e uma para o ortodôntico, além de uma cozinha e dois banheiros um para uso de funcionários e um público. Abaixo está elencado os gastos com cada espaço e sua respectiva depreciação, conforme dados passados e orçados pelas proprietárias.

4.2.2.1 Orçamento de sala de atendimento psicológico

As características físicas do ambiente para esse tipo de atendimento ajudam a estabelecer uma boa relação com o paciente. Por isso, a maneira como a sala está estruturada é importante para a experiência de quem procura o atendimento. No quadro 3 são apresentados os itens necessários para esse ambiente, bem como

seus respectivos preços e a depreciação dos mesmos.

Quadro 3- Investimento na sala de atendimento psicológico

SALA ATEDIMENTO PSICOLÓGICO			
DESCRIÇÃO	TOTAL	DEPRECIACÃO ANUAL (%)	DEPRECIACÃO ANUAL (R\$)
Mesa	R\$ 480,00	10%	R\$ 48,00
Cadeira Giratória	R\$ 520,00	10%	R\$ 52,00
Duas Paltronas	R\$ 530,00	10%	R\$ 53,00
Tapete Antiderrapante	R\$ 128,00	10%	R\$ 12,80
Notebook	R\$ 2.700,00	20%	R\$ 540,00
Ar condicionado	R\$ 1.500,00	10%	R\$ 150,00
Ornamentação	R\$ 300,00	10%	R\$ 30,00
Jogos de tabuleiro para atendimento infantil	R\$ 500,00	10%	R\$ 50,00
TOTAL	R\$ 6.658,00		R\$ 935,80

Fonte: A autora (2021).

Para a criação de uma sala de atendimento psicológico se tem em vista o gasto de uma mesa no valor de R\$ 480,00 para apoiar os objetos de uso; uma cadeira giratória no valor de R\$ 520,00; duas poltronas para fazer o atendimento custando R\$ 530,00; um tapete antiderrapante no valor de R\$ 128,00; um notebook para fazer as pesquisas necessárias no valor de R\$ 2.700,00; jogos de tabuleiro para fazer frente ao atendimento de crianças de forma mais lúdica no valor de R\$ 500,00; a ornamentação da sala se colocando quadros, plantas e outros itens afim de se ter um ambiente mais aconchegante no valor de R\$ 300,00 e um ar-condicionado no valor de R\$ 1500,00. Totalizando assim o montante de R\$ 6.658,00 reais e com uma depreciação anual de R\$ 935,80 reais.

4.2.2.2 Investimento na sala de odontologia

A infraestrutura ao se montar um consultório odontológico deve ser pensada com base em todas as suas necessidades e também, para que atendam às normas da Vigilância Sanitária. No quadro 4 são apresentados os itens necessários para esse ambiente, bem como seus respectivos preços e a depreciação dos mesmos.

Quadro 4- Investimento sala de atendimento odontologia

SALA DE ODONTOLOGIA			
DESCRIÇÃO	TOTAL	DEPRECIÇÃO ANUAL (%)	DEPRECIÇÃO ANUAL (R\$)
Cadeira Odontológica	R\$ 17.395,00	10%	R\$ 1.739,50
Mesa Auxiliar	R\$ 1.480,00	10%	R\$ 148,00
Balcão Odontológico	R\$ 874,00	10%	R\$ 87,40
Bancada	R\$ 2.800,00	10%	R\$ 280,00
Lavatório para Assepsia	R\$ 645,00	10%	R\$ 64,50
Instrumentos	R\$ 12.000,00	10%	R\$ 1.200,00
Ornamentação	R\$ 300,00	10%	R\$ 30,00
Notebook	R\$ 2.700,00	20%	R\$ 540,00
Ar condicionado	R\$ 1.500,00	10%	R\$ 150,00
TOTAL	R\$ 39.694,00		R\$ 4.239,40

Fonte: A autora (2021)

Para a sala de atendimento odontológico se pensou em inicialmente ter uma cadeira odontológica para fazer os procedimento no valor de R\$ 17.395,00; uma mesa auxiliar para colocar os itens de uso frequente e que possa ser deslocada no valor de R\$ 1.80,00; um balcão odontológico no valor de R\$ 874,00; uma bancada no valor de R\$ 2.800,00; um lavatório específico para assepsia no valor de R\$ 645,00 e os instrumentos que compreendem kit de limpeza, espátulas para resina, kit de remoção de tártaro, entre outros; e itens para decoração; um ar-condicionado no valor de R\$ 1.500,00 e ornamentação da sala como quadros e plantas no valor de R\$ 300,00; e um notebook no valor de R\$ 2.700,00. Totalizando assim o montante de R\$ 39.694,00 reais e uma depreciação anual de R\$ 4.239,40.

4.2.2.3 Investimento sala recepção

A sala de recepção é aquele espaço onde os clientes aguardam o momento dos seus atendimentos, fazem os questionamentos e realizam o pagamento do

atendimento, pensando nisso ela deve ser o mais agradável possível. No quadro 5 são apresentados os itens necessários para esse ambiente, bem como seus respectivos preços e a depreciação dos mesmos.

Quadro 5- Investimento sala recepção

SALA RECEPÇÃO			
DESCRIÇÃO	TOTAL	DEPRECIÇÃO ANUAL (%)	DEPRECIÇÃO ANUAL (R\$)
Mesa Grande	R\$ 800,00	10%	R\$ 80,00
Estante	R\$ 1.500,00	10%	R\$ 150,00
Cadeira Giratória	R\$ 520,00	10%	R\$ 52,00
Cinco poltronas	R\$ 1.075,00	10%	R\$ 107,50
TV	R\$ 1.720,00	20%	R\$ 344,00
Ar condicionado	R\$ 1.500,00	10%	R\$ 150,00
Ornamentação	R\$ 650,00	10%	R\$ 65,00
Notebook	R\$ 2.700,00	20%	R\$ 540,00
Impressora	R\$ 1.190,00	20%	R\$ 238,00
Telefone	R\$ 2.100,00	20%	R\$ 420,00
Total	R\$ 13.755,00		R\$ 2.146,50

Fonte: A autora (2021)

Para a sala de recepção se pensou em ter uma mesa grande para o uso da secretária no valor de R\$ 800,00; uma estante para fazer parte da estética do lugar no valor de R\$ 1.500,00; uma cadeira giratória para a funcionária sentar no valor de R\$ 520,00; cinco poltronas para os clientes aguardarem o atendimento no valor de R\$ 1.075,00; uma tv no valor de R\$ 1.720,00; itens para ornamentação do espaço como quadros e plantas no valor de R\$ 650,00, um notebook para a secretária usar no valor de R\$ 2.700,00; um telefone no valor de R\$ 2.100,00; uma impressora no valor de R\$ 1.190,00; e um ar-condicionado no valor de R\$ 1.500,00. Totalizando assim o montante de R\$ 13.755,00 e uma depreciação anual de R\$ 2.146,50.

4.2.2.4 Investimento nos banheiros

O banheiro de uma clínica pode funcionar como uma extensão da recepção,

pois antes de entrar na sala de atendimento, esse é o local onde o cliente pode ficar sozinho por alguns momentos e tem a oportunidade de observar e sentir melhor alguns com os cuidados pensados especialmente para agradá-lo. No quadro 6 são apresentados os itens necessários para esse ambiente bem como seus respectivos preços e a depreciação dos mesmos.

Quadro 6- Investimento nos banheiros

BANHEIROS			
DESCRIÇÃO	TOTAL	DEPRECIACÃO ANUAL (%)	DEPRECIACÃO ANUAL (R\$)
Dois Vasos Sanitários	R\$ 1.520,00	10%	R\$ 152,00
Duas Pias	R\$ 530,00	10%	R\$ 53,00
Dois Balcões	R\$ 1.380,00	10%	R\$ 138,00
Espelho Banheiro	R\$ 480,00	10%	R\$ 48,00
TOTAL	R\$ 3.910,00		R\$ 391,00

Fonte: A autora (2021).

Para os dois banheiros tanto para os dos clientes quanto para a particular precisou ser coloca um vaso sanitário que juntos ficam no valor de R\$ 1.520,00; duas pias que juntas totalizam o valor de R\$ 530,00; dois balcões que juntos ficam no valor de R\$ 1.380,00; produtos de higiene que compreende toalha, papel higiênico, entre outros no valor de R\$ 200,00; e dois espelhos no valor de R\$ 480,00. Totalizando o montante de R\$ 3.910,00 reais e depreciação anual de R\$ 391,00.

4.2.2.5 Investimento Cozinha

A cozinha de um ambiente de trabalho serve para os funcionários e sócios terem um momento de descanso e fazer uma refeição no seu intervalo. No quadro 7 são apresentados os itens necessários para esse ambiente bem como seus respectivos preços e a depreciação dos mesmos.

Quatro 7- Investimento na cozinha

COZINHA			
DESCRIÇÃO	TOTAL	DEPRECIÇÃO ANUAL (%)	DEPRECIÇÃO ANUAL (R\$)
Balcão	R\$ 400,00	10%	R\$ 40,00
Microondas	R\$ 539,00	10%	R\$ 53,90
Chaleira Elétrica	R\$ 149,00	10%	R\$ 14,90
Térmica	R\$ 80,00	10%	R\$ 8,00
Geladeira	R\$ 2.800,00	10%	R\$ 280,00
Mesa com quatro cadeiras	R\$ 700,00	10%	R\$ 70,00
Utensílios	R\$ 300,00	10%	R\$ 30,00
TOTAL	R\$ 4.968,00		R\$ 496,80

Fonte: A autora (2021).

Para a cozinha foi colocado um balcão no valor de R\$ 400,00; um microondas no valor de R\$ 539,00; uma chaleira elétrica no valor de R\$ 149,00; uma térmica no valor de R\$ 80,00; uma geladeira no valor de R\$ 2.800,00; uma mesa com quatro cadeiras para fazer as refeições no montante de R\$ 700,00; e utensílios no valor de R\$ 300,00. Totalizando um montante de R\$ 4.968,00 e uma depreciação anual de R\$ 496,80 reais.

Sendo assim a implantação de todos os espaços, sendo eles sala de atendimento psicológico, recepção, sala de atendimento odontológico, dois banheiros e cozinhas totalizou o montante de R\$ 68.985,00. E se estima uma depreciação total anual de R\$ 8.209,50.

4.2.3 Estimativa de custos fixos operacionais mensais

Custo fixo é um fator de produção que possui custos independentes do nível de atividade de uma empresa. Qualquer que seja a quantidade de produto vendido ou serviço prestado, mesmo que seja zero, os custos se mantem os mesmos. No quadro 8 estão demonstrados os custos fixos mensais.

Quadro 8- custos fixos mensais

CUSTOS FIXOS	
DESCRIÇÃO	VALOR
Aluguel	R\$ 3.100,00
Luz	R\$ 1.400,00
Água	R\$ 250,00
Telefone	R\$ 200,00
Internet	R\$ 120,00
Folha de pagamento estágio	R\$ 575,00
Contabilidade	R\$ 250,00
Prolabore	R\$ 12.000,00
Impostos	R\$ 200,00
TOTAL	R\$ 18.095,00

Fonte: A autora (2021).

Se tem como custo fixo o aluguel de uma sala comercial localizada no centro de Horizontina-RS no valor de R\$ 3.100,00; se estima que os gastos mensais com luz serão de R\$ 1.400,00; a água gerará em torno de R\$ 250,00; a conta de telefone será de R\$ 200,00; a internet no valor de R\$ 120,00; a folha de pagamento da estagiária no valor de R\$ 575,00; o gasto com contabilidade de R\$ 250,00; o prolabore das proprietárias estimado em R\$ 12.000,00 inicialmente e os impostos no valor de R\$ 200,00. Totalizando um custo mensal de R\$ 18.095,00.

4.2.4 Custos Variáveis

Os custos variáveis são previstos adicionando-se uma lista de possíveis demandas de trabalho. Por não haver demanda contínua para determinados serviços, os profissionais que os executam serão remunerados com base nos serviços prestados, portanto, o custo torna-se variável. Para essa estimativa foi elaborada uma relação com o custo variável da mão de obra de cada um do serviço odontológico, conforme quadro 9, onde se desconsiderou serviços o serviço de

atendimento psicológico já que o mesmo possui mão de obra fixa.

Quadro 9- Custo do atendimento odontológico variável

DESCRIÇÃO	CUSTO UTILIZAÇÃO DOS INSTRUMENTOS	TEMPO NECESSÁRIO PARA O PROCEDIMENTO
Manutenção de aparelho ortodontico	R\$ 28,00	30 min
Obturação de carió	R\$ 73,00	60 min
Clareamento dentário	R\$ 135,00	60 min
Revisão dentária	R\$ 23,50	30 min

Fonte: A autora (2021).

Como demonstrados no quadro 9 o custo variável com a manutenção do aparelho ortodôntico tem o valor de R\$ 28,00 já que são usados materiais como braquete e fios de aço, se dispõem de 30 minutos para fazê-lo. A obturação da cárie tem o custo de R\$ 73,0 reais já que são usados nos procedimentos materiais como resina e cola e precisa de 60 minutos para executá-lo. O clareamento trás o custo de R\$ 135,00 reais e são necessários 60 minutos para executá-lo. Já a revisão dentária tem o custo de R\$ 23,50 reais e precisa de 30 minutos para fazê-lo. Esses valores descritos no quadro 9 foram estipulados pela dentista que já trabalhava na área antes da abertura da clinica.

4.2.5 Estimativa de capacidade de atendimento e preços de venda dos serviços

Capacidade é o número máximo de produtos ou serviços que uma empresa pode produzir, sua definição é muito importante porque dela dependem os recursos que serão aplicados e seu aproveitamento. Para definir a capacidade máxima de prestação de serviços no Centro de Qualidade de Vida, todos os ambientes consideram 8 horas de trabalho por dia. O quadro 10 apresenta a relação de serviços que serão inicialmente disponibilizados com a sua capacidade de

atendimento mensal.

Quadro 10- Relação de serviços e capacidade

PROFISSIONAL	DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO MENSAL	FREQUÊNCIA	TEMPO	VALOR COMERCIALIZAÇÃO
Psicólogo (a)	Consulta psicólogo	44 pacientes	Semanal	60 minutos	R\$ 90,00
Dentista	Manutenção de aparelho ortodôntico	352 atendimentos	Mensal	30 minutos	R\$ 160,00
Dentista	Obturação de cárie	234 atendimentos	Conforme demanda	60 minutos	R\$ 120,00
Dentista	Clareamento dentário	234 atendimentos	Conforme demanda	60 minutos	R\$ 600,00
Dentista	Revisão dentária	352 atendimentos	Conforme demanda	30 minutos	R\$ 50,00

Fonte: A autora (2021).

Os dados para construção do quadro 10 acima foram obtidos com base nos 10.560 minutos úteis por mês, que seria equivalente a oito horas de serviço diárias. Para a capacidade de atendimento da dentista foi calculada a capacidade máxima de cada serviço estipulando que fizesse apenas um deles isoladamente. Sendo esses valores vistos de forma não realista, já que a dentista não faz apenas um serviço por mês, usando-se apenas do quadro 10 para saber qual a capacidade máxima dos serviços prestados.

4.2.6 Projeção de faturamento mensal

Toda organização com fins lucrativos possui algum faturamento, porém, faturamento não quer dizer lucro, ele é o total arrecadado pela empresa ao final de um dia, mês ou ano. Lucro é o resultado final positivo das atividades de uma empresa com fins lucrativos após os pagamentos de suas despesas insumos e manutenção de todas as atividades organizacionais.

Para o presente estudo, foi projetado um faturamento considerando três cenários: pessimista (50% da capacidade de atendimento), realista (70% da capacidade de atendimento) e otimista (90% da capacidade de atendimento). O quadro 11 apresenta a projeção de serviços em casa um desses cenários.

Quadro 11- Projeção de serviços e faturamento por cenários

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	VALOR UNITÁRIO	CENÁRIO PESSIMISTA		CENÁRIO REALISTA		CENÁRIO OTIMISTA	
		ATENDIMENTO	TOTAL	ATENDIMENTO	TOTAL	ATENDIMENTO	TOTAL
Consulta psicólogo	R\$ 90,00	88	R\$ 7.920,00	123	R\$ 11.070,00	158	R\$ 14.220,00
Manutenção de aparelho ortodôntico	R\$ 160,00	55	R\$ 8.800,00	71	R\$ 11.360,00	95	R\$ 15.200,00
Obturação de cárie	R\$ 120,00	32	R\$ 3.840,00	47	R\$ 5.640,00	60	R\$ 7.200,00
Clareamento dentário	R\$ 600,00	12	R\$ 7.200,00	22	R\$ 13.200,00	28	R\$ 16.800,00
Revisão dentária	R\$ 50,00	18	R\$ 900,00	23	R\$ 1.150,00	27	R\$ 1.350,00

Fonte: A autora (2021)

O quadro 11 foi estimulado pela distribuição dos serviços de acordo com sua relevância, considerando-se que a manutenção é o trabalho com maior demanda e a obturação o segundo mais realizado pela profissional. Sendo o clareamento dentário e a revisão dentária os menos executados. O quadro acima foi estipulado através de valores passados pelas proprietárias que prestam os serviços citados.

4.2.7 Demonstração de resultado e exercício (DRE)

Para garantir a eficácia da análise de viabilidade, as receitas e as despesas foram projetadas para cinco anos consecutivos. A DRE é apresentada de forma simplificada e projetada para três cenários propostos, com 50% (pessimista), 70% (realista) e 90% (otimista) da capacidade de atendimento do centro. As receitas são projetadas conforme crescimento estimado do PIB e os custos através do crescimento estimado da inflação, estipulados com as principais projeções econômicas de longo prazo elaboradas pela equipe econômica do Bradesco®.

No quadro 12 é possível visualizar a previsão das receitas e despesas projetadas para o cenário pessimista, que apresenta utilização de 50% da capacidade de atendimento.

Quadro 12- Projeção de DRE cenário pessimista

DRE - PROJETADA PARA 50% DA CAPACIDADE					
DESCRIÇÃO	2021	2022	2023	2024	2025
(+) Receita Bruta de Serviço	R\$ 343.920,00	R\$ 346.499,40	R\$ 356.894,38	R\$ 366.708,98	R\$ 376.793,47
(-) Tributo sobre serviços	R\$ 31.023,07	R\$ 31.255,75	R\$ 32.193,42	R\$ 33.078,74	R\$ 33.988,40
(=) Receita Líquida de Serviços	R\$ 312.896,93	R\$ 315.243,65	R\$ 324.700,96	R\$ 333.630,24	R\$ 342.805,07
(-) Custo Variável do Serviço	R\$ 71.028,00	R\$ 71.560,71	R\$ 73.707,53	R\$ 75.734,49	R\$ 77.817,19
(=) Lucro Bruto	R\$ 241.868,93	R\$ 243.682,94	R\$ 250.993,43	R\$ 257.895,75	R\$ 264.987,89
(-) Custos Fixos	R\$ 217.140,00	R\$ 218.768,55	R\$ 225.331,61	R\$ 231.528,23	R\$ 237.895,25
(=) Lucro Operacional	R\$ 24.728,93	R\$ 24.914,39	R\$ 25.661,83	R\$ 26.367,53	R\$ 27.092,63
(+) Receita Financeira	R\$ -				
(-) Despesa Financeira	R\$ -				
(=) Lucro Líquido	R\$ 24.728,93	R\$ 24.914,39	R\$ 25.661,83	R\$ 26.367,53	R\$ 27.092,63

Fonte: A autora (2021)

Percebe pelo quadro 12 que num cenário pessimista ao longo dos cinco anos seguintes não se teria o retorno necessários do investimento inicial, sendo que então

não seria um investimento viável.

Considerando um cenário real, com utilização de 70% da capacidade de atendimento, a empresa projetada apresenta seu resultado líquido conforme quadro 13.

Quadro 13- Projeção de DRE cenário realista

DRE - PROJETADA PARA 70% DA CAPACIDADE					
DESCRIÇÃO	2021	2022	2023	2024	2025
(+) Receita Bruta de Serviço	R\$ 509.040,00	R\$ 512.857,80	R\$ 528.243,53	R\$ 542.770,23	R\$ 557.696,41
(-) Tributo sobre serviços	R\$ 45.061,81	R\$ 45.399,78	R\$ 46.761,77	R\$ 48.047,72	R\$ 49.369,03
(=) Receita Líquida de Serviços	R\$ 463.978,19	R\$ 467.458,02	R\$ 481.481,77	R\$ 494.722,51	R\$ 508.327,38
(-) Custo Variável do Serviço	R\$ 107.154,00	R\$ 107.957,66	R\$ 111.196,38	R\$ 114.254,29	R\$ 117.396,28
(=) Lucro Bruto	R\$ 356.824,19	R\$ 359.500,37	R\$ 370.285,38	R\$ 380.468,23	R\$ 390.931,10
(-) Custos Fixos	R\$ 217.140,00	R\$ 218.768,55	R\$ 225.331,61	R\$ 231.528,23	R\$ 237.895,25
(=) Lucro Operacional	R\$ 139.684,19	R\$ 140.731,82	R\$ 144.953,77	R\$ 148.940,00	R\$ 153.035,85
(+) Receita Financeira	R\$ -				
(-) Despesa Financeira	R\$ -				
(=) Lucro Líquido	R\$ 139.684,19	R\$ 140.731,82	R\$ 144.953,77	R\$ 148.940,00	R\$ 153.035,85

Fonte: A autora (2021).

Percebe-se pelo quadro 13 que em um cenário realista, onde é projetada 70% da capacidade teria um retorno positivo em relação ao investimento inicial.

Em um cenário otimista, com 90% da capacidade de atendimento, os resultados são apresentados conforme quadro 14.

Quadro 14- Projeção de DRE cenário otimista

DRE - PROJETADA PARA 90% DA CAPACIDADE					
DESCRIÇÃO	2021	2022	2023	2024	2025
(+) Receita Bruta de Serviço	R\$ 657.240,00	R\$ 662.169,30	R\$ 682.034,38	R\$ 700.790,32	R\$ 720.062,06
(-) Tributo sobre serviços	R\$ 58.085,35	R\$ 58.520,99	R\$ 60.276,62	R\$ 61.934,23	R\$ 63.637,42
(=) Receita Líquida de Serviços	R\$ 599.154,65	R\$ 603.648,31	R\$ 621.757,76	R\$ 638.856,10	R\$ 656.424,64
(-) Custo Variável do Serviço	R\$ 137.454,00	R\$ 138.484,91	R\$ 142.639,45	R\$ 146.562,04	R\$ 150.592,49
(=) Lucro Bruto	R\$ 461.700,65	R\$ 465.163,40	R\$ 479.118,30	R\$ 492.294,06	R\$ 505.832,14
(-) Custos Fixos	R\$ 217.140,00	R\$ 218.768,55	R\$ 225.331,61	R\$ 231.528,23	R\$ 237.895,25
(=) Lucro Operacional	R\$ 244.560,65	R\$ 246.394,85	R\$ 253.786,70	R\$ 260.765,83	R\$ 267.936,89
(+) Receita Financeira	R\$ -				
(-) Despesa Financeira	R\$ -				
(=) Lucro Líquido	R\$ 244.560,65	R\$ 246.394,85	R\$ 253.786,70	R\$ 260.765,83	R\$ 267.936,89

Fonte: A autora (2021).

Neste cenário os resultados apresentam-se de forma ainda mais satisfatória, continuando a existir resultado positivo, porém de forma ainda mais significativa.

4.2.8 Margem de contribuição e ponto de equilíbrio

A margem de contribuição unitária é calculada pelo preço de venda unitária

menos o custo variável unitário de cada serviço, servindo para identificar em quanto o valor da prestação de cada serviço contribui para o pagamento das despesas fixas e também para gerar lucro. O ponto de equilíbrio é o volume calculado, em que as receitas totais de uma empresa se igualam aos custos e despesas totais, portanto, onde o lucro é igual à zero. Este ponto demonstra o mínimo de receitas que a empresa necessita gerar para que não ocorra prejuízo.

No presente estudo optou-se por realizar o cálculo do ponto de equilíbrio financeiro, ou seja, aquele que demonstra qual o valor de receita deve ser gerado para cobrir toda sua necessidade de real desembolso, sem considerar assim a depreciação. O quadro 15 apresenta o cálculo da margem de contribuição, assim como do ponto de equilíbrio para cada um dos três cenários propostos.

Quadro 15- Margem de contribuição X ponto de equilíbrio

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO E PONTO DE EQUILIBRIO			
	PESSIMISTA	REALISTA	OTIMISTA
Receita total anual	R\$ 343.920,00	R\$ 509.040,00	R\$ 657.240,00
Custo fixo total anual	R\$ 217.140,00	R\$ 217.140,00	R\$ 217.140,00
Custo variável total anual	R\$ 71.028,00	R\$ 107.154,00	R\$ 137.454,00
Margem de contribuição	R\$ 272.892,00	R\$ 401.886,00	R\$ 519.786,00
(%) margem de contribuição total	79,35%	78,95%	79,09%
Ponto de equilíbrio financeiro	R\$ 273.656,94	R\$ 275.035,57	R\$ 274.561,25

Fonte: A autora (2021)

O valor apresentado no quadro 15 no item ponto de equilíbrio financeiro representa o valor mínimo de receita que deve ser gerado na empresa, anualmente, para que não ocorra nem perda nem ganhos, em cada um dos cenários.

4.2.9 Retorno sobre o investimento

A fórmula para o cálculo do ROI é o (Lucro do Investimento – Custo do investimento/ Custo do investimento), onde quanto maior é o ROI maior será o retorno obtido, conforme quadro 16.

Quadro 16- Retorno sobre o investimento

RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO			
	PESSIMISTA	REALISTA	OTIMISTA
2021	-316%	26%	58%
2022	-313%	27%	58%
2023	-301%	29%	59%
2024	-290%	31%	61%
2025	-280%	33%	62%

Fonte: A autora (2021).

Com o quadro 16 pode-se perceber que em um cenário pessimista, o retorno obtido com o investimento não é satisfatório mesmo com o decorrer dos anos. Considerando um cenário realista, ou ainda otimista, o retorno se torna atrativo.

4.2.10 Payback

O Payback é um indicador utilizado para a análise do retorno de um investimento ou projeto, indicando o tempo necessário para o lucro acumulado gerado se igualar ao investimento inicial. O quadro 17 demonstra o cálculo detalhado do Payback considerando o lucro operacional nos três cenários propostos. O quadro 17 demonstra o payback.

Quadro 17- Payback

PAYBACK						
	PESSIMISTA		REALISTA		OTIMISTA	
	RESULTADO	INVESTIMENTO	RESULTADO	INVESTIMENTO	RESULTADO	INVESTIMENTO
		-R\$ 102.885,00		-R\$ 102.885,00		-R\$ 102.885,00
2021	R\$ 24.728,93	-R\$ 78.156,07	R\$ 139.684,19	R\$ 36.799,19	R\$ 244.560,65	R\$ 141.675,65
2022	R\$ 24.914,39	-R\$ 53.241,68	R\$ 140.731,82	R\$ 177.531,01	R\$ 246.394,85	R\$ 388.070,50
2023	R\$ 25.661,83	-R\$ 27.579,85	R\$ 144.953,77	R\$ 322.484,78	R\$ 253.786,70	R\$ 641.857,20
2024	R\$ 26.367,53	-R\$ 1.212,32	R\$ 148.940,00	R\$ 471.424,78	R\$ 260.765,83	R\$ 902.623,03
2025	R\$ 27.092,63	R\$ 25.880,31	R\$ 153.035,85	R\$ 624.460,64	R\$ 267.936,89	R\$ 1.170.559,93

Fonte: A autora (2021)

Conforme pode-se observar no quadro 17, no cenário pessimista tem-se apenas um retorno positivo no ano de 2025. Já no cenário realista e otimista já é recuperado no primeiro ano.

4.2.11 Custo de oportunidade

O custo de oportunidade é definido como sendo o benefício perdido na hora

de realizar uma determinada escolha. Ao se optar por seguir um caminho, escolhe-se não seguir por outros, perdendo certas possibilidades que representaria o custo dessa escolha. No mercado financeiro, é sempre importante levar em conta todas os fatores que podem afetar positiva ou negativamente a sua escolha. No quadro 18 está demonstrado o custo de oportunidade.

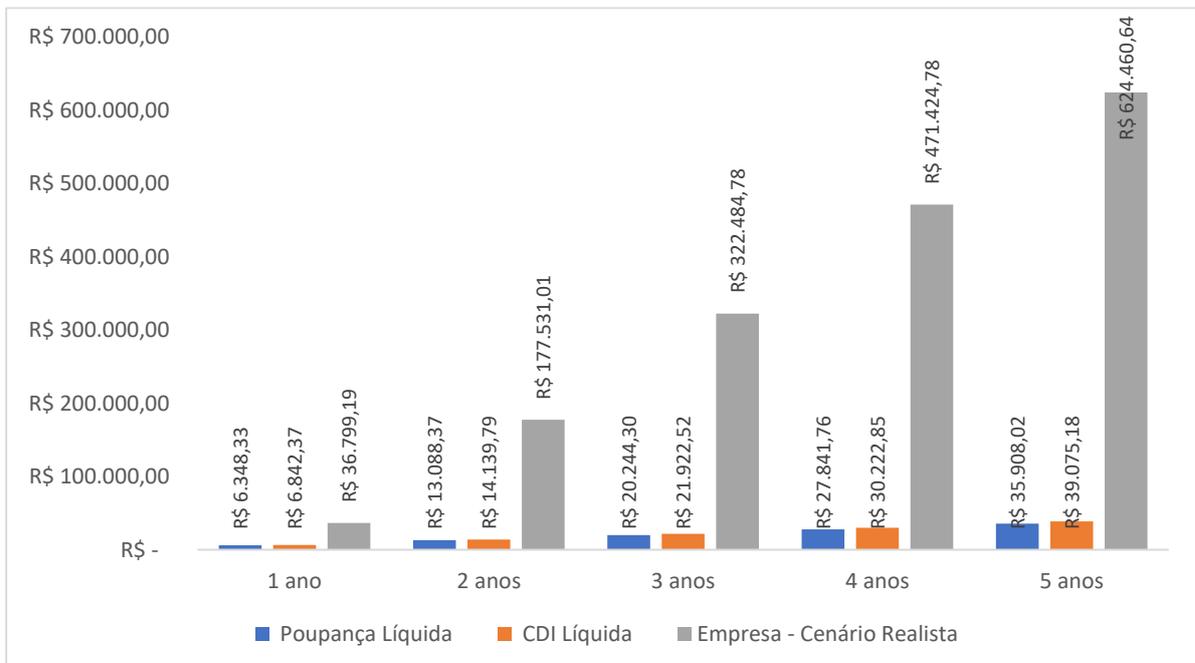
Quadro 18- Custo de oportunidade

Valor Investido	Tipo de Investimento	(%) a.m	Rendimento Anual	Rendimento de 5 anos
R\$ 102.885,00	Poupança Líquida	0,50%	R\$ 6.348,33	R\$ 35.908,02
R\$ 102.885,00	CDI Líquida	0,54%	R\$ 6.842,37	R\$ 39.075,18

Fonte: A autora (2021)

Conforme pode ser observado no quadro 18 no qual foi elaborada uma simulação de retorno sobre o investimento inicial, utilizou-se como base os dois meios mais seguros de aplicação. A poupança que no momento da pesquisa possuía um rendimento mensal de 0,50% a.m., equivalendo a um valor anual de R\$6.348,33, totalizando um rendimento de cinco anos R\$35.908,02. E a CDI líquida traria um rendimento mensal de 0,54% a.m., sendo assim um montante anual de R\$6.842,37, totalizando em cinco anos R\$39.075,18.

Figura 1- Rendimento



Fonte: A autora (2021)

Analisando a figura 1 pode-se constatar que mesmo em um cenário realista os retornos com abertura do empreendimento seriam superiores as duas maneiras

de aplicações usadas no cálculo. Mostrando assim que o tipo de investimento recomendado é a CDI líquida.

4.2.12 Principais evidências da análise econômica e financeira

Com o estudo da viabilidade econômica e financeiro para o centro de qualidade de vida evidenciou-se que após serem projetadas todas as receitas assim como os custos e despesas em três cenários (pessimista, realista e otimista) os resultados são positivos em todos os cenários, ocorrendo à recuperação do investimento no pior cenário no ano de 2025. Desta forma, o estudo econômico e financeiro mostra que o empreendimento é viável, mesmo considerando o pior cenário.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho surgiu com base em um estudo e análise da viabilidade econômica e financeira de um novo empreendimento, primeiramente denominado como um centro de qualidade de vida, a ser implementado no município de Horizontina, região noroeste do Rio Grande do Sul. Para a construção do estudo foi necessário levar em consideração aspectos mercadológicos, econômicos e financeiros e diante deste contexto, o mesmo, foi dividido internamente em duas partes para facilitar seu desenvolvimento.

Os objetivos desse estudo buscaram identificar os investimentos que são necessários para a abertura de um centro de qualidade de vida, assim como os custos, DRE e projeção de faturamento, cálculo do ponto de equilíbrio, verificação do retorno estimado sobre o investimento e Payback, onde consegue-se verificar que o investimento inicial necessário para implementação desse espaço é de R\$ R\$ 102.885,00 que apresenta resultados positivos e satisfatórios realista e otimista.

Os objetivos também propuseram buscar a resposta esperada pela proposta do presente estudo, que expôs a apresentação detalhada de todas as informações necessárias para o levantamento da viabilidade econômica e financeira para a implementação de um centro de qualidade de vida, que se mostrou viável nas duas esferas citadas conforme já apresentado.

Como proposta a estudos futuros sugere-se a realização de um novo estudo pensando na capacidade e trabalhos que as outras salas disponíveis nesse espaço conseguiriam abranger. Também poderia ser feito um estudo sobre como se encontra o mercado e a procura para esse tipo de serviço na região.

O problema da pesquisa “existe viabilidade econômica e financeira para empreender no ramo de qualidade de vida no município de Horizontina, Rio Grande do Sul?” tem uma resposta positiva já que o investimento tratado se torna viável em todos os cenários.

Com o cumprimento de todos os objetivos propostos se finda o presente trabalho, contribuindo para a acadêmica, que podem vivenciar uma experiência prática que envolveu os ensinamentos que foram absorvidos por todas as disciplinas durante a jornada como acadêmicos, assim como para o futuro empreendimento,

que pode ser arquitetado através de dados consolidados e diagnosticar uma visão mais ampla do funcionamento do negócio.

Portanto ao concluir as investigações necessárias para construção do presente estudo e análise da viabilidade mercadológica econômica e financeira para implementação de um centro de qualidade de vida no município de Horizontina-RS, verificou-se o quão é importante e necessário se faz a realização de um estudo mais amplo, que diagnostica previamente se os investimentos que serão postos no negócio terão sucesso e ainda através da construção de cenários e perspectivas de crescimento a possibilidade de rever e mudar aspectos que podem interferir no desenvolvimento do empreendimento.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, R. M. **Qualidade de vida no trabalho dos colaboradores da empresa Farben S/A indústria química.** Monografia, 52 f (Pósgraduação em gestão empresarial) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2012.
- BARBOSA, Sônia Regina da Cal Seixas. 1998. **Qualidade de Vida e ambiente: uma temática em construção.** Campinas: UNICAMP, NEPAM.
- BESANKO, David; BRAEUTIGAM, Ronald R. **Microeconomia: Uma abordagem completa.** Tradução Flavia Dias Rangel. Revisão técnica José Luís da Costa Oreiro. Rio de Janeiro: LTC, 2004.
- BERTÓ, D. J.; BEULKE, R. **Gestão de custos.** São Paulo: Saraiva, 2005.
- BEUREN, I. M. (Org.). Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2006.
- BRAGA, Roberto. 1998. **Fundamentos e técnicas de administração financeira.** São Paulo: Atlas.
- BRUNI, Adriano Leal. 2008. **Gestão de custos e formação de preços.** São Paulo, SP: Atlas. ISBN 978-85-224-5148-7.
- BORNIA, Antonio Cezar. 2002. **Análise gerencial de custos em Empresas Modernas.** Porto Alegre: Bookmann. ISBN 8573079398
- CERVO, A.L.; BERVIAN, P.A. **Metodologia Científica.** 4. ed. São Paulo: Makron, 1996.
- CHAGAS, F. C. D. 2000. O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro. Instituto Euvaldo Lodi. Empreendedorismo: ciência, técnica e arte.
- CHIAVENATO, Idalberto. 1999. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** São Paulo: Saraiva.
- _____. Idalberto. 2004. Introdução à Teoria Geral da Administração. 7 Ed. São Paulo: Campus.
- CHURCHILL JR, Gilberto A.; PETER, J. Paul. 2000. Marketing: Criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva. ISBN 8502030108. _____. 2003. Marketing criando valor para os clientes. 2º ed. São Paulo: Saraiva.
- CORREA NETO, Jocildo Figueiredo. 2007. **Excel para profissionais de finanças.** Editora: Elsevier. Rio de Janeiro.

- CREPALDI, Silvio A. 1998. **Contabilidade Gerencial: teoria e prática**. São Paulo: Atlas S.A.
- DORNELAS, José Carlos Assis. 2001. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus.
- _____. 2008. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier.
- DUTRA, René Gomes. 2003. **Custos uma abordagem prática**. 5 ed. São Paulo: Atlas.
- FITZSIMMONS, James A; FITZSIMMONS, Mona J. 2000. **Administração de Serviços: Operações, Estratégia e Tecnologia de Informação**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman.
- FLECK, Marcelo Pio de Almeida. 2000. **O instrumento de avaliação de Qualidade de Vida da Organização Mundial de Saúde (WHOQOL-100): características e perspectivas**. Revista Ciência e Saúde Coletiva, V 5.
- FRANCO, Hilário. 2006. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Atlas.
- GADE, Christiane. 1998. **"Psicologia do Consumidor e da Propaganda"**. Editora: EPU.
- GIL, Antônio Carlos. 2002. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, SP: Atlas. ISBN 85-224-3169-8
- GONÇALVES, Aguinaldo; VILARTA, Roberto. 2004. **Qualidade de Vida: identidades e indicadores**. Barueri: Manole.
- GRÖNROOS, Cristian. 2009. **Marketing: Gerenciamento e Serviços**. [trad.] Arlete S. Marques e Cláudia M. Belhassof. Rio de Janeiro: Elsevier.
- GUIMARÃES, Bernardo; GONÇALVEZ, Carlos. **Introdução a economia**. 2 ed. Grupo Gen. 2017.
- HISRICH, Robert; PETERS Michael; SCHPERD Dean. **Empreendedorismo**. 9 ed. 2014.
- HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G. 2003. **Princípios de marketing de serviços: Conceitos, Estratégias e Casos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning
- _____. 2008. **Princípios de Marketing de Serviços**. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning.
- HOROVITZ, Jacques. 1993. **Qualidade de serviço. A batalha pela conquista do cliente**. São Paulo: Nobel.

- KASSAI, José Roberto; CASSANOVA, Silvia Pereira de Castro; SANTOS, Ariovaldo dos; NETO, Alexandre Assaf. 2005. **Retorno de investimento abordagem matemática e contábil do lucro empresarial**. 3 ed. São Paulo, Atlas. ISBN 8522441413.
- KOTLER, Philip. 1996. **Administração de Marketing**. 4 ed. São Paulo: Atlas. _____. 1998. **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e controle**. São Paulo: Atlas S.A. ISBN 852241825.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. 2001. **Fundamentos metodologia científica**. 4 ed. São Paulo: Atlas.
- LEONE, G. S. G. 2000. **Curso de Contabilidade de Custos**. 2 ed. São Paulo: Atlas. ISBN 9788522425358.
- LOVATO, Adalberto; EVANGELISTA, Mário Luiz Santos, GÜLLICH, Roque Ismael da Costa. 2007. **Metodologia da Pesquisa: normas para a apresentação de trabalhos: redação, formatação e editoração**. 7.
- MÁLAG, Flávio. **Análise de demonstrativo financeiro e de performance empresarial**. 4 ed. 2010.
- MASLOW, Abraham Harold. 2000. **Maslow no gerenciamento**. Rio de Janeiro: Qualimark.
- MARTINS, Eliseu. 1998. **Contabilidade de custos**. 6 ed. São Paulo: Atlas.
- MARQUES, Jose Roberto, 2015. **Qualidade de vida no trabalho**. São Paulo.
- MICROSOFT, <<https://support.microsoft.com/pt-br/office/vis%C3%A3o-geral-de-f%C3%B3rmulas-34519a4e-1e8d-4f4b-84d4d642c4f63263#:~:text=Sim%2C%20voc%C3%AA%20pode%20usar%20Excel,n%C3%BAmeros%20vari%C3%A1veis%20que%20voc%C3%AA%20conect>>, acessado em: 25 de Abril. 2021.
- MINAYO, M. C. S.; HARTZ, Z. M. A.; BUSS, P. M. 2000. **Qualidade de Vida e saúde: um debate necessário**. Ciência & Saúde Coletiva. Rio de Janeiro, v. 5.
- MOTTA, Regis da Rocha; CALÔBA, Guilherme Marques. 2006. **Análise de investimentos: Tomada de decisões em projetos industriais**. São Paulo: Atlas, ISBN 8522430799.
- NAHAS, M. V.; BARROS, M. V. G.; FRANCALACCI, V. L. 2001. **O tentáculo do bem-estar: base conceitual para avaliação do estilo de vida de indivíduos ou grupos**. Revista Brasileira de Atividade Física e Saúde, v. 5.
- NÓBREGA, Kleber. **Falando de Serviços**. Atlas. 3 ed. 2013. OLIVEIRA, Marta Kohl. 1999. **Jovens e Adultos como sujeitos da aprendizagem**. 22ª Reunião Anual da

- ANPED. Caxambu. REIS, Arnaldo. 2003. Demonstrações Contábeis, Estrutura e Análise. Editora: Saraiva.
- PADOVEZE, Clóvis Luis; BENEDICTO, Gideon Carvalho de. 2008. **Análise das Demonstrações Financeiras**. São Paulo: Thomson. ISBN 9788522106073.
- PEREZ, José Hernandez; OLIVEIRA, Luis Martins de; COSTA, Rogério Guedes. 2008. **Gestão estratégica de Custos**. São Paulo: Atlas.
- PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. **Microeconomia**. Tradução e revisão técnica Professor Eleutério Prado. – 5. ed. – São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- SANTOS, Edno Oliveira dos. 2001. **Administração Financeira da Pequena e Média Empresa**. São Paulo: Atlas. ISBN 8522426929. _____. Análise de custos: remodelado com ênfase para sistemas de custeio marginal, relatórios e estudos de caso. 4. ed. São Paulo: Atlas.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/br/home/index.asp/>> acessado em: 20 de Abril. 2021.
- SEIDL, Eliane Maria Fleury; ZANNON, Cecília Maria Lana da Costa. 2004. **Qualidade de Vida e saúde: aspectos conceituais e metodológicos**. Caderno Saúde Pública. Rio de Janeiro -RJ.
- SILVA, Daniela; SILVA, Rosangela. **Fundamentos da Economia. Porto Alegre**. 2018. PADOVEZE, Clóvis Luís. 2000. Curso Básico Gerencial de Custos: texto e exercícios. São Paulo: Atlas.
- SOUZA, Almir Ferreira. **Avaliação de Investimentos**. 1. ed. São Paulo: Saraiva 2007/
- ZEITHAMEL, Valarie A; BITNER, Mary J. 2003. **Marketing de Serviços: a empresa em foco com o cliente**. 2 ed. São Paulo: BookMan.