

## Viabilidade de um SPA no interior do Rio Grande do Sul: Análise ambiental, econômica e financeira

Adriana Luthi – URI - [adrianaluthi@yahoo.com.br](mailto:adrianaluthi@yahoo.com.br)

Rosane Maria Seibert - URI - [rseibert@san.uri.br](mailto:rseibert@san.uri.br)

Raiziane Cássia Freire da Silva - URI - [raifreire@hotmail.com](mailto:raifreire@hotmail.com)

Neusa Maria da Costa Gonçalves Salla - URI - [neusalla@san.uri.br](mailto:neusalla@san.uri.br)

Berenice Beatriz Rossner Wbatuba - URI - [bwbatuba@san.uri.br](mailto:bwbatuba@san.uri.br)

Recebido em 08/07/2018

Aprovado em 26/12/2018

### RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo analisar a viabilidade ambiental, mercadológica, econômica e financeira para a implementação de um SPA num município do interior do Rio Grande do Sul. Para tanto se procedeu coleta de dados por meio de fontes bibliográficas, documentais, observações e de pesquisa de campo com aplicação de um formulário aos potenciais clientes do SPA. As análises foram qualitativas, através de análise de conteúdo, utilizando-se da matriz *SWOT* e das 5 forças de Porter para a análise ambiental. As análises foram quantitativas por meio de matemática e estatística descritiva a partir das respostas obtidas nos formulários para a análise mercadológica e da elaboração das tabelas para as análises econômicas e financeiras. Os resultados apontam para a viabilidade do investimento em todos os quesitos analisados, se apresentando como uma ótima oportunidade para investidores locais e regionais. Considerando-se a importância da elaboração de projetos e análise de investimentos para qualquer empreendimento, sugere-se futuras pesquisas para as oportunidades que sejam identificadas. Salienta-se que este artigo contribui com um roteiro de análise que pode ser seguido nas futuras pesquisas, bem como pela iniciativa corporativa.

**Palavras Chave:** Análise de investimentos; Viabilidade ambiental, mercadológica, econômica e financeira; SPA.

### ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the environmental, marketing, economic and financial viability for the SPA implementation in a municipality in the interior of Rio Grande do Sul. For this purpose, data were collected through bibliographic sources, documentaries, observations and research field with the application of a form to the potential clients of the SPA. The qualitative analyzes were through content analysis, using *SWOT* matrix and Porter's 5 forces for environmental analysis. The quantitative analyzes were by means of mathematics and descriptive statistics from the answers obtained in the forms for the market analysis and the elaboration of the tables for the economic and financial analyzes. The results point to the feasibility of investing in all the analyzed issues, presenting itself as a great opportunity for local and regional investors. Considering the importance of project design and investment analysis for any enterprise, future research is suggested for the opportunities that are identified. It should be noted that this article contributes with a roadmap of analysis that can be followed in future research, as well as by corporate initiative.

**Key words:** Investment analysis; Environmental, marketing, economic and financial viability; SPA.

## 1 INTRODUÇÃO

Para o aproveitamento de oportunidades de investimento com empreendimentos, se faz necessário à análise de viabilidade ambiental, de mercado, econômica e financeira, visando diminuir as possibilidades de insucesso do negócio. Considerando-se que todo o empreendedor tem como principal objetivo retorno econômico e financeiro para seus investimentos, a análise da viabilidade é um método dedutivo indutivo eficiente de projetar os futuros resultados capazes de proporcionar maior segurança na tomada de decisão (SEIBERT *et al.*, 2014). A análise da viabilidade ambiental, de mercado, econômica e financeira consiste na elaboração de um projeto que resume análises qualitativas e quantitativas para subsidiar a tomada de decisão. Dentre as análises qualitativas, as mais importantes podem ser descritas como análise ambiental e de mercado.

A análise ambiental envolve questões relativas à economia, legislação, cultura, meio ambiente e social enquanto que a análise de mercado envolve questões relativas ao consumo dos produtos ou serviços abrangidos pelo empreendimento, como por exemplo, a aceitação do negócio; a fatia de mercado que o empreendimento poderá alcançar; os valores que os consumidores estão dispostos a pagar, dentro outros (CASAROTTO FILHO, 2011; GAJ, 2002). Para as análises quantitativas, se faz necessário a elaboração de diversos quadros financeiros que culminarão com resultados de valor presente líquido, tempo de retorno do investimento, bem como taxa interna de retorno para subsidiar o empreendedor na tomada de decisão (WOILER; MATHIAS, 2014).

No Brasil os SPAs foram primeiramente implantados no começo da década de 90, fruto do crescente culto ao corpo (SILVA; BARREIRA, 1994). Os cuidados com a beleza fazem parte da rotina diária, tanto que vem sendo inserido no orçamento familiar como item de higiene pessoal, e neste quesito, o Brasil tem um dos maiores mercados consumidores (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2017). Não se tem conhecimento da existência de SPA no município de Santo Ângelo – RS que possa atender a comunidade local e regional. E como é crescente a preocupação com a beleza, saúde e bem-estar, supõe-se que um empreendimento com estas características seria bem-vindo na cidade.

Dessa forma, a pesquisa visou analisar a viabilidade ambiental, de mercado, econômica e financeira da implantação de um SPA na cidade de Santo Ângelo - RS. Estudar da viabilidade de um investimento é fundamental para assegurar uma tomada de decisão confiável, pois minimiza os riscos inerentes ao investimento permitindo analisar a sustentabilidade e perenidade no mercado (SEIBERT *et al.*, 2014).

A seguir o artigo apresenta a revisão da literatura que dá suporte ao desenvolvimento empírico da pesquisa, os procedimentos metodológicos, bem como os resultados da pesquisa que indicam a viabilidade do empreendimento, as considerações finais e as referências utilizadas.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

Para iniciar a análise de viabilidade de um SPA, se faz necessário o estudo teórico do assunto.

## 2.1 Surgimento e significado de SPA

As práticas de banhos termais para melhorar a saúde e o bem-estar das pessoas remontam à Antiguidade Clássica. As termas romanas e os banhos turcos no oriente, eram famosos. As primeiras termas surgiram em locais onde era possível desfrutar de nascentes naturais de água quente. Com o tempo, sobretudo durante a era imperial, difundiram-se também dentro das cidades, utilizando-se de técnicas de aquecimento da água. Os antigos romanos, porém, usavam as termas mais como lugar de relaxamento e socialização do que como espaços terapêuticos (VAN TUBERGEN; VAN DER LINDEN, 2002).

A palavra SPA tem origem no nome de uma cidade belga, conhecida na Roma Antiga como *Aquae Spadanae*. Já que a afirmação de que a palavra SPA seria um acrônimo da expressão latina *salus per aquam* ou *sanitas per aquam* (saúde pela água), careceria de fundamento (VAN TUBERGEN; VAN DER LINDEN, 2002). Mais tarde, no século XVI, na Inglaterra, as antigas práticas romanas dos banhos medicinais foram retomadas em Bath, originalmente uma estância termal romana. Também na Inglaterra se descobriu uma fonte de água calibada em Yorkshire, no local que viria a ser conhecido como Harrogate — a primeira estação de águas da Inglaterra, que, com o tempo, passou a se chamar *The English Spaw*, introduzindo o uso da palavra SPA em sentido genérico (VAN TUBERGEN; VAN DER LINDEN, 2002).

O termo SPA se tornou popular no final do século XX, significando um espaço onde se fazem tratamentos pela água, vapor ou infusões, complementados com massagens terapêuticas, estéticas e relaxantes, drenagem linfática e com pedras quentes, talassoterapia, banhos energéticos, tratamentos médicos não invasivos como alimentação saudável e exercícios físicos, tratamentos de beleza, podologia e demais serviços voltados a estética, dentre outros (INTERNATIONAL SPA ASSOCIATION - ISPA, s. d.; SEBRAE, 2017).

Portanto, os SPAs são lugares dedicados ao bem-estar geral através de uma variedade de serviços profissionais que incentivam a renovação da mente, do corpo e do espírito. Eles podem ter características médicas, de hotel, de resort ou ainda de academia de ginástica, o que permite a sua classificação em diversas categorias, dado prestarem serviços distintos em momentos próprios (ISPA, s. d.; SEBRAE, 2017). Ainda, segundo dicionário da língua portuguesa, SPA é a designação genérica para um resort, associado ou não a uma estância termal, e, normalmente voltado a atividades de lazer saudáveis, em contato com a natureza, relacionadas ao turismo de saúde e bem-estar (LETRAS, 2008).

## 2.2 Empreendedorismo e Plano de Negócios

O termo empreendedor origina-se do francês *entrepreneur* e significa aquele que assume riscos e começa algo novo (DORNELAS, 2016). O empreendedorismo é o processo dinâmico de gerar mais riqueza, que por sua vez é criada por pessoas que assumem riscos em relação ao patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira para transformar suas ideias em negócios (HISRICH; PETER; SHEPHERD, 2014; SCHUMPETER, 1982).

Conforme Dornelas (2016) um empreendimento surge por necessidade ou por oportunidade. Por necessidade, quando o empreendedor está desempregado e investe por falta de alternativas para seu sustento. Por oportunidade, o empreendimento surge a partir de um

planejamento prévio, pois o empreendedor visa o crescimento do seu negócio e a geração de lucros. Por necessidade ou por oportunidade, planejar é fundamental para o empreendedor se preparar para assumir os riscos provenientes de um empreendimento. O plano de negócio é uma ferramenta de planejamento que permite uma visão abrangente do empreendimento com estudos ambientais, mercadológicos, econômicos e financeiros que possibilitam analisar a proposta de investimento (SEIBERT *et al.*, 2014). Através do plano de negócio pode-se identificar e reduzir possíveis riscos, evitando-os com estratégias de gestão (SEBRAE, 2013).

Para elaboração do plano de negócio é necessário fazer uma análise do meio ambiente externo, com o objetivo de identificar e analisar eventos possíveis de gerar oportunidades e ameaças ao empreendimento, bem como analisar o meio ambiente interno com intuito de identificar as forças que podem ser usadas em prol do empreendimento e as fraquezas que precisarão ser sanadas (CASAROTTO FILHO, 2011). Assim a análise ambiental pode ser realizada através da Matriz *SWOT* – *strengths, weakness, opportunities and threats* (ou FOFA - fortalezas e oportunidades, fraquezas e ameaças) assim como também pelas cinco forças de Porter (CHIAVENATO; SAPIRO, 2016; PORTER, 2005).

Conforme Chiavenato e Sapiro (2016) a matriz *SWOT* é um modelo de análise que cruza as oportunidades e ameaças identificadas no ambiente externo com os pontos fortes e fracos identificados no ambiente interno, a fim de determinar rumos estratégicos para a organização. O modelo das cinco forças de Porter parte do preceito de que fatores como a ameaça de novos entrantes; a intensidade da rivalidade entre os concorrentes existentes; a pressão dos produtos substitutos; o poder de negociação dos compradores; e o poder de negociação dos fornecedores, influenciam o mercado e o comportamento de compra. A análise dessas forças visa compreender o ambiente competitivo e definir ações e estratégias para obtenção de vantagem competitiva (PORTER, 2005).

A elaboração de um plano de negócio segue com uma análise de mercado (WOILER; MATHIAS, 2014) que tem o objetivo de coletar informações acerca da estrutura e mudanças no mercado onde o empreendimento será inserido (CASAROTTO FILHO, 2011). Permite conhecer o tamanho, as tendências e a vulnerabilidade do mercado, bem como, identificar demandas e as diferentes necessidades dos seus consumidores possibilitando a escolha do segmento de mercado (KOTLER, 2000). Fornece os dados que possibilitam a determinação da escala de produção do projeto; os dados sobre a região geográfica onde o empreendimento poderá ser situado, o que é crucial para a tomada de decisão quanto à localização do empreendimento; o preço da venda, os custos de comercialização e o estoque necessário para abastecer os canais de comercialização (WOILER; MATHIAS, 2014).

Quanto à parte financeira do plano de negócios, é necessário considerar os recursos necessários e disponíveis para abertura do empreendimento. Em geral, os recursos financeiros iniciais para formação de um empreendimento dar-se-ão através do capital integralizado dos sócios, denominado capital social. Como os recursos iniciais devem cobrir as primeiras despesas e a viabilização da estrutura física do empreendimento (CHÉR, 2002), pode-se haver necessidade de capital de terceiros, que são financiamentos de médio e longo prazo, normalmente obtidos em instituições bancárias, para comprar ativos fixos e expansão do capital de giro, os quais se constituem como disponibilidades, estoques, contas a receber, dentre outros (BRAGA, 1995). Assim, a estrutura de capital é formada tanto por capital próprio como por capital de terceiros e o processo decisório sobre a formação dessa estrutura requer atenção e uma avaliação minuciosa relacionada ao risco, ao retorno e ao valor do empreendimento (SOUZA, 2014).

Através do estudo do mercado é possível fazer a projeção de receitas, considerando a quantidade e o preço de venda. A projeção das despesas e custos irá depender dos insumos usados na produção do produto, das despesas e tributos associados ao investimento. Para realização dessas projeções aplica-se a técnica de fluxo de caixa projeto (WOILER; MATHIAS, 2014). Conforme Zdanowicz (2004) o fluxo de caixa é uma demonstração que permite evidenciar a entrada e saída dos recursos financeiros na organização, fornecendo subsídios para tomada de decisão relacionada ao seu uso e aos compromissos organizacionais. A Demonstração de Resultado do Exercício também fornece informações relevantes para tomada de decisão. Ela resume em um relatório sucinto as receitas e despesas de um determinado período, demonstrando se no final a organização obteve lucro ou prejuízo (IUDÍCIBUS et al., 2010).

Para realização das projeções de resultado também é necessário considerar as depreciações (STALBAUN; PORTELA; SEIBERT, 2013). A depreciação é um meio legal para contabilizar a perda do valor de um ativo da organização (LAPPONI, 2007) e pode ser abatido da base de cálculo para o imposto de renda, quando for o caso (WOILER; MATHIAS, 2014). Para elaboração do projeto de investimento é preciso determinar o número de períodos de projeção e usar por critério a função da vida útil média dos principais ativos fixos envolvidos no projeto ou fixar o conceito de depreciação fiscal, ou também, considerar a obsolescência técnica do processo (WOILER; MATHIAS, 2014). Depois de elaboradas as demonstrações de resultado e do fluxo de caixa projetados, se procede a análise econômica e financeira do investimento.

### **2.3 Análise econômica e financeira do investimento**

A análise de investimento é realizada, por meio de algumas técnicas, para avaliar as condições e alternativas do projeto possibilitando a escolha da opção mais favorável (SANTOS, 2010). O tempo de retorno do investimento (*Payback*) representa o prazo de retorno dos recursos investidos no empreendimento. É um indicador de risco, pois quanto maior o payback maior é o risco, e quanto menor o payback, menor é o risco do investimento (SANTOS, 2010). É calculado mediante divisão do investimento inicial pelo fluxo de caixa que representa o retorno periódico do investimento (LAPPONI, 2007).

O valor presente líquido (VPL) corresponde à diferença entre o valor presente das entradas líquidas de caixa associadas ao investimento, descontado por determinada taxa, que atrairia os investidores, e o investimento inicial. É importante por fornecer uma medida direta do benefício financeiro aos investidores, sendo considerado a melhor medida individual de lucratividade (SANTOS, 2010). A taxa interna de retorno (TIR) é a taxa de desconto que iguala o valor presente líquido do investimento a zero. O processo decisório, utilizando esse método de análise, dá-se em decorrência do investimento que apresenta a maior taxa (SANTOS, 2010). Nas análises de investimento, considerando a TIR, o processo decisório ocorre mediante comparação dessa taxa com a taxa de atratividade (LAPPONI, 2007). Porém, considera-se seu ponto fraco a desconsideração do porte do investimento (SOUZA, 2014).

Mediante a utilização do índice de lucratividade (IL), o investimento é considerado rentável quando o valor presente das entradas líquidas de caixa supera o investimento inicial (SOUZA, 2014). A análise de sensibilidade é calculada devido à preocupação com dispersão dos possíveis valores de cada item do fluxo de caixa, em relação ao valor esperado (SANVICENTE, 1997). Seus principais resultados são o conhecimento mais aprofundado do

produto; a indicação de adequabilidade das especificações adotadas; e a avaliação preliminar quantitativa do desempenho do produto.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com base na tipologia de Vergara (2014) definiu-se os procedimentos metodológicos para a pesquisa que se configura como dedutiva indutiva. Para a revisão da literatura foi realizada uma pesquisa bibliográfica em livros, periódicos qualificados e páginas eletrônicas de Internet específicas sobre SPA. Foi feita pesquisa documental em organizações semelhantes que divulgam suas demonstrações contábeis em páginas eletrônicas de Internet, possibilitando a elaboração das tabelas econômicas e financeiras do projeto de investimentos. A pesquisa de campo foi feita por meio de observações no ambiente e da aplicação de um formulário de pesquisa, para proceder às análises ambiental e de mercado junto ao público alvo do projeto de investimento visando avaliar a viabilidade da implantação do empreendimento.

Durante a pesquisa de campo foram aplicados formulários com 20 perguntas fechadas para 100 moradores do município de Santo Ângelo, escolhidos por acessibilidade e considerados potenciais clientes do SPA. Os respondentes foram encontrados em clínicas de beleza e estética, de massagens, salões de beleza e outros estabelecimentos dedicados ao bem estar em geral, o que caracteriza-os como potenciais clientes do SPA a ser implementado. Essa amostra foi calculada conforme orientado por Barbetta (2006), ou seja, considerou-se um erro amostral de 10% para a população de 76.275 habitantes (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2017) do município de Santo Ângelo - RS.

Os dados coletados foram tratados de forma qualitativa, por meio de análise de conteúdo (BARDIN, 1977), para interpretar o ambiente onde se pretende inserir o SPA e as tendências de mercado, a partir da pesquisa de campo e também para interpretar os resultados dos métodos tradicionais de análise de investimentos. Os dados também foram tratados de forma quantitativa para análise mercadológica e para a elaboração das tabelas econômicas e financeiras e na aplicação dos métodos e técnicas de análise de investimentos, propriamente ditos utilizando-se de matemática e estatística descritiva (YAMAMOTO; AKAMINE, 2009), para possibilitar a conclusão pela viabilidade ambiental, mercadológica, econômica e financeira da proposta de investimento.

### 4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste tópico apresentam-se os resultados da pesquisa abrangendo as análises ambiental, de mercado, os quadros e análises econômicas e financeiras.

#### 4.1 Análise ambiental

Para a análise de viabilidade de um SPA no município de Santo Ângelo – RS, primeiramente procedeu-se análise ambiental por meio de dois critérios: a aplicação da matriz *SWOT* (CHIAVENATO; SAPIRO, 2016) e a aplicação das 5 forças de Porter (PORTER, 2005). Os resultados dessas etapas da elaboração do plano de negócios estão demonstrados nos Figuras 1 e 2:

Figura 01- Matriz *SWOT*

AMBIENTE INTERNO	AMBIENTE EXTERNO
<i>Strengths</i> (Forças)	<i>Opportunities</i> (Oportunidades)

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrutura nova, adequada e ampla;</li> <li>• Vários serviços ofertados em um mesmo estabelecimento;</li> <li>• Produtos e equipamentos de qualidade;</li> <li>• Inovação do serviço;</li> <li>• Atendimento personalizado;</li> <li>• Profissionais capacitados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento da preocupação da população feminina e masculina com a saúde e aparência;</li> <li>• Sem concorrência inicial;</li> <li>• Originalidade do negócio;</li> <li>• Localização.</li> </ul>
<b>Weakness (Fraquezas)</b>	<b>Threats (Ameaças)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouca experiência de mercado;</li> <li>• Empresa jovem;</li> <li>• Clientes ainda não consolidados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado tornar-se competitivo;</li> <li>• Regulamentações ambientais;</li> <li>• Utilização de produtos que não se constituem de necessidade básica e podem deixar de serem adquiridos em épocas de crise.</li> </ul>

Fonte: Chiavenato e Sapiro (2016)

Através da leitura dos ambientes identificaram-se os pontos que favorecem o empreendimento, bem como os que deverão ser supridos e estudados para que não interfiram e prejudiquem seu crescimento. Constata-se que as fortalezas podem contribuir para minimizar as fraquezas observadas, bem como as fortalezas e as oportunidades podem servir de barreiras para as ameaças que se apresentam (CHIAVENATO; SAPIRO, 2016). Também foi realizada a análise ambiental com base no modelo das cinco forças de Porter, conforme demonstrado no Figura 2:

Figura 2- Forças de Porter

FORÇAS	RESULTADOS
Entrada de novos concorrentes	Neste ramo de atuação é possível afirmar que existem várias barreiras à entrada de novos concorrentes como: investimentos em infraestrutura, equipamentos especializados, mão de obra qualificada, marketing e eventos promocionais para captar os clientes, além de outros fatores ligados as legislações municipais e ambientais que também dificultam esta entrada.
Ameaça de novos produtos ou serviços substitutivos	A empresa visa oferecer serviços para atendimentos específicos aos seus clientes, o que a deixa em igualdade de condições com concorrentes. Além disso, possuirá alguns diferenciais como hotelaria e restaurante que também geram valor para seus clientes. As maiores ameaças podem estar ligadas a produtos substitutos, no sentido que a cada dia entram novos produtos no mercado, devendo a mesma manter-se atualizada.
Poder de negociação dos compradores	Pode variar de acordo com o faturamento que os compradores representam para a empresa. Eles podem ser divididos em três grupos: sociedade em geral, empresas privadas e prefeituras. Geralmente a sociedade em geral representa a maior parte do faturamento da empresa e, por esse motivo, possuem maior poder de negociação, maiores descontos e formas de pagamento. As empresas privadas representam uma parte menor do faturamento e possuem um poder de negociação relativamente baixo, com menores descontos e formas de pagamento. As prefeituras também representam uma parte expressiva do faturamento, com um valor inferior ao recebido da sociedade em geral. Possuem um poder de negociação relativamente alto e os prazos de pagamento são semelhantes aos demais tipos de clientes, não ganham descontos, mas recebem brindes e patrocínios para eventos que são realizados em seus municípios.
Poder de negociação dos fornecedores	Quando a empresa procura por fornecedores que fornecem equipamentos e produtos originais, ela tem opções e poder para negociação. Quando se refere a materiais e equipamentos básicos de funcionamento da empresa, estes são comprados aonde os fornecedores fornecem um maior desconto e o prazo de pagamento é mais favorável à empresa. Por esse motivo, os fornecedores também exercem um poder de negociação relativamente alto. Cabe destacar que a empresa é de pequeno porte e não realizará compras em grandes quantidades e valores dos seus fornecedores. As compras também não serão concentradas em um único fornecedor, o que acaba contribuindo para o aumento do poder de negociação deles.
Rivalidade entre os concorrentes existente	Não se tem conhecimento de SPA no município objeto de estudo, por esse motivo, os consultórios dermatológicos são os principais concorrentes. No entanto, esses consultórios já possuem sua carteira de clientes consolidada e, em alguns casos, realizam operações em cooperação uns com os outros. Assim, não se percebe uma rivalidade explícita entre os mesmos, salvo em casos de empresas de outras cidades tentarem entrar em Santo Ângelo aliciando os

	colaboradores e os clientes. Porém, este processo não é observado no momento da elaboração desse projeto de investimento.
--	---

Fonte: Porter (2005)

Portanto, considerando-se o exposto, conclui-se que o investimento é ambientalmente viável pois demonstra possibilidade de sobrevivência e perenidade no ambiente em que se pretende instalar o SPA (CHIAVENATO; SAPIRO, 2016; PORTER, 2005).

## 4.2 Análise de mercado

A análise de mercado foi realizada por meio das 100 respostas obtidas ao formulário contendo 20 perguntas. As cinco primeiras questões foram sobre o perfil dos respondentes. Destaca-se que a faixa etária da maioria dos participantes variou entre 18 e 35 anos atingido o percentual de 60%. Já a renda per capita média mensal foi de 3,2 salários mínimos regionais.

A partir da sexta questão se buscou conhecer os interesses dos participantes referentes ao objetivo de negócio. Primeiramente questionou-se o que representa a beleza, saúde e bem-estar para os respondentes: para 23% dos mesmos significa cuidar do bem-estar físico e mental; para 22% trata-se de cuidados com a saúde e o corpo; 2% relacionam com cuidados com a imagem; também 2% optaram por outros significados. Para a maioria, representada por 51% das respostas, acreditam que todas as opções sugeridas podem definir beleza, saúde e bem-estar. Quando questionados sobre o conhecimento especificamente sobre tratamento de beleza, saúde e bem-estar, 74% afirmaram deter conhecimento sobre o assunto.

Indagou-se aos participantes se já tinham feito algum tipo de tratamento de beleza, saúde e bem-estar, e 66% responderam que sim. Dessa porcentagem, a maioria afirmou que notaram diferença e o resultado foi satisfatório. Quanto ao costume de cuidar da beleza, saúde e bem-estar, 74% responderam positivamente. No que se refere à preferência, 94% dos respondentes afirmaram preferir um estabelecimento agradável e com equipe qualificada. No caso de abrir um SPA no município, 93% afirmaram ter interesse em conhecer o estabelecimento e os serviços oferecidos. E sobre a localização ideal para a instalação do SPA: 39% indicaram o centro da cidade, 3% preferem algum bairro e 58% preferem que seja no interior do município, porém, próximo à cidade.

Referente aos tipos de tratamentos de belezas que gostariam que fossem oferecidos no SPA: 6% responderam que tem preferência por programas de emagrecimento; 9% preferem programas de controle do estresse; 15% gostariam de tratamentos de beleza e estética; 12% optaram por terapias corporais, faciais e relaxantes; e 16% preferem tratamentos de longevidade saudável. No entanto, para 42% dos participantes o ideal é ter todos esses serviços a seu dispor. Quando se perguntou qual tipo de tratamento estariam dispostos a fazer: 7% responderam lipoescultura; 10% manutenção de peso; 11% radiofrequência; 13% terapias; 13% limpeza de pele; 15% drenagem linfática e a maioria, 31%, fariam massagens relaxantes.

Com relação ao valor que estariam dispostos a pagar por tratamentos de beleza, saúde e bem-estar, obteve-se as respostas demonstradas na Tabela 1.

Tabela 1- Disponibilidade para pagamento dos serviços do SPA

Serviço	Número de respostas versus valores sugeridos			
	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 120,00	Até R4 150,00
Terapias Faciais	20	19	58	3
Terapias Relaxantes	12	25	52	11
Controle de Estresse	14	17	46	23



Drenagem Linfática	9	12	14	65
Drenagem Modeladora	8	9	17	66
Estética Corporal	6	10	16	68
Estética Facial	18	12	53	17
Tratamento de Emagrecimento	3	31	39	27
	Até R\$ 150,00	Até R\$ 250,00	Até R\$ 350,00	Até R\$ 450,00
Dia da Noiva / Noivo	13	7	15	65
Remoção de Cicatrizes	15	7	14	64

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

O oferecimento de restaurante no SPA foi aprovado por 81% dos respondentes. Desse percentual, 13% gostariam que o restaurante fornecesse comida dietética, 58% preferem comida nutricional e 10% querem comidas orgânicas. Também houve 84% de aceitação da ideia de o SPA oferecer serviços de hotelaria. Desse percentual, 53% pagariam até R\$ 200,00 pela diária; 15% pagariam de R\$ 201,00 a R\$ 300,00; 8% pagariam de R\$ 301,00 a R\$ 400,00; 3% pagariam de R\$ 401,00 à R\$ 500,00 e 5% pagariam mais de R\$ 500,00 pela diária. Ainda, a maior parte dos participantes aprova a proposta do SPA disponibilizar piscina, aulas de hidroginástica, aulas de yoga e saunas. Sobre os empreendedores do SPA oferecer dia inteiro no local como vale presente; fazer convênios com sindicatos, prefeituras e outros estabelecimentos; ter nutricionista e psicólogo disponíveis; disponibilidade de horários flexíveis, também teve aceitação da maioria dos participantes da pesquisa.

A análise de mercado também demonstra a viabilidade da proposta de investimento, pois as respostas dos participantes da pesquisa indicam uma participação no mercado suficiente para tal (DORNELAS, 2016; STALBAUN; PORTELA; SEIBERT, 2013; SEIBERT; *et al*, 2014; WOILER; MATHIAS, 2014).

### 4.3 Resultados Econômicos e Financeiros do Projeto de Investimento

A realização do estudo dos investimentos iniciais possui como objetivo estimar o total de recursos necessários para a abertura do empreendimento. Destaca-se que os valores são de dezembro de 2016. Na Tabela 2 apresenta-se o investimento fixo necessário.

Tabela 2 - Investimentos fixos

ITEM	QTD	VALOR UNITÁRIO (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)
Terreno (previamente identificado)	1	100.000,00	<b>100.000,00</b>
Obras Cíveis (valores a partir do CUB médio)	1	200.000,00	<b>200.000,00</b>
<b>MAQUINAS E EQUIPAMENTOS</b>			<b>28.114,00</b>
Aparelho de Peeling de Cristal Diamante e Vácuo	1	5.674,00	5.674,00
Aparelho de Radiofrequência	1	18.798,60	18.798,60
Aparelho de Terapias Estéticas	1	1.898,00	1.898,00
Aparelho de Ultrassom	1	949,00	949,00
Kit para Massagem com 20 Pedras Naturais e 09 Cristais	1	153,45	153,45
Esteira Massageadora Relax Anatômico	1	465,00	465,00
Rolo de Micro agulhas Com 540 Agulhas	1	175,95	175,95
<b>MÓVEIS E UTENSÍLIOS</b>			<b>29.519,04</b>
Armário com cadeado para vestiário	1	2.000,00	2.000,00
Balcão para recepção	1	1.800,00	1.800,00
Jogo de sofá para recepção	1	888,00	888,00

Televisão para recepção	1	1.200,00	1.200,00
Telefone fixo	1	85,90	85,90
Computador	1	2.159,10	2.159,10
Impressora	1	543,99	543,99
Mesa para escritório	4	278,24	1.112,96
Cadeira para escritório	4	286,59	1.146,36
Armário para escritório	4	270,00	1.080,00
Cadeira reclinável para massagem	1	1.125,00	1.125,00
Macas para massagem/tratamentos	3	513,00	1.539,00
Escada auxiliar para maca	3	92,91	278,73
Banheira de hidromassagem	1	6.750,00	6.750,00
Ofurô	1	2.800,00	2.800,00
Ar condicionado	3	1.670,00	5.010,00
<b>TOTAL</b>			<b>357.633,04</b>

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

Os investimentos fixos envolvem a aquisição de um terreno 20.000 m<sup>2</sup>, no valor de R\$ 100.000,00, localizado no interior de Santo Ângelo-RS, necessitando de um investimento de R\$ 200.000,00 para construção civil. Foi projetada uma construção de alvenaria contendo quatro banheiros, uma sala de reuniões, quatro salas reservadas aos profissionais, uma cozinha, um ambiente para recepção e outro reservado para estocar os materiais e produtos de higiene e limpeza. Ficando para uma segunda etapa a análise de investimentos em serviços de restaurante e hotelaria.

Para prestação de serviços de beleza, saúde e bem-estar será necessário um investimento de R\$ 57.633,04, referente a todo mobiliário e equipamentos necessários para a prestação destes serviços. Na Tabela 3 apresenta-se os valores projetados como investimentos pré-operacionais iniciais:

Tabela 3 - Investimentos pré-operacionais iniciais

DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)
Registro da empresa	700,00
Alvarás	286,00
Contador	500,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.486,00</b>

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

As despesas pré-operacionais são exigidas para legalizar o empreendimento junto ao Estado, ao município e a Receita Federal, além dos honorários utilizados para pagamento de profissionais. Na Tabela 4 apresenta-se os valores projetados como capital de giro:

Tabela 4 - Capital de giro

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UM (R\$)	VALOR TOTAL (RS)
Capital de Giro	6 Meses	4.650,00	27.900,00

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

A necessidade de capital de giro no início das atividades é para ajudar nas despesas operacionais, nos primeiros 6 meses. Este valor não é tão expressivo comparado aos gastos, por

que se projetou 10% do montante das vendas à vista ou com prazo de até 30 dias. Na Tabela 5 apresenta-se os valores projetados como investimento total iniciais:

Tabela 5 – Investimento total inicial

Investimento Fixo	R\$ 357.633,04
Investimentos Pré – Operacionais	R\$ 1.486,00
Capital de Giro	R\$ 27.900,00
<b>Total de Investimento (Capital Próprio)</b>	<b>R\$ 387.019,04</b>

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

O total do capital inicial necessário para abertura do empreendimento envolve as despesas pré-operacionais, os investimentos fixos e o capital de giro. Ao todo será necessário um capital de R\$ 387.019,04. A distribuição das projeções de gastos e as fontes de financiamento para o projeto estão apresentadas na Tabela 6 de fontes e aplicações de recursos.

Tabela 6 - Fontes e aplicações de recursos

ITENS	VALOR (R\$)
<b>FONTES</b>	
Capital Próprio	387.019,04
<b>TOTAL DE FONTES</b>	<b>387.019,04</b>
<b>APLICAÇÕES</b>	
Terrenos	100.000,00
Construções	200.000,00
Equipamentos	28.114,00
Moveis e Utensílios	29.519,04
Capital de Giro Próprio	27.900,00
Outros	1.486,00
<b>TOTAL DE APLICAÇÕES</b>	<b>387.019,04</b>

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

Sabe-se que com o uso, ao longo do tempo os bens se depreciam. Esta depreciação está descrita na Tabela 7 seguindo o método linear de depreciação e o critério são os anos de vida útil do bem. Na tabela 7 também constam os valores residuais ao final dos 5 anos de horizonte do projeto de investimento.

Tabela 7 - Depreciação

DESCRIÇÃO	VALOR DO BEM (R\$)	CRITÉRIO	DEPRECIÇÃO ANUAL (R\$)	VALOR RESIDUAL (R\$)
Móveis	26.074,04	10	2.607,40	13.037,04
Maquinas e Equipamentos	28.114,00	10	2.811,40	14.057,00
Notebook e Periféricos	3.445,00	05	689,00	-
Construção Civil	200.000,00	25	8.000,00	160.000,00
Capital de Giro	-	-	-	27.900,00
<b>TOTAL</b>	<b>257.633,04</b>		<b>14.107,80</b>	<b>214.994,04</b>

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

Dessa forma, obtém-se uma depreciação anual para o projeto de investimento de R\$ 14.107,80 e o valor residual será de R\$ 214.994,04.

Em relação às receitas do projeto, na tabela 8 apresenta-se a previsão de cada serviço que se pretende oferecer no SPA com previsão de crescimento das vendas de 10 % ao ano. Seguindo-se os resultados identificados na pesquisa de mercado, estabeleceu-se as

quantidades de serviços executados ao mês e os valores de R\$ 250,00 para a remoção de cicatrizes e dia da noiva / noivo; R\$ 150,00 para tratamento de emagrecimento e drenagem linfática; R\$ 120,00 para estética corporal e terapia facial; R\$ 100,00 para estética facial, drenagem modeladora e controle de estresse; e R\$ 80,00 para terapia relaxante. Os valores apresentados na Tabela 8 foram estipulados por meio da projeção da quantidade de serviços realizados ao mês e no final, multiplicados por 12 meses, para atingir o valor anual.

Tabela 8 - Projeção das receitas

ANO	1	2	3	4	5
Remoção de Cicatrizes	R\$ 9.000,00				
Dia da Noiva / do Noivo	R\$ 3.750,00				
Trat. de Emagrecimento	R\$ 3.600,00				
Estética Facial	R\$ 3.600,00				
Estética Corporal	R\$ 6.000,00				
Drenagem Modeladora	R\$ 4.000,00				
Drenagem Linfática	R\$ 5.250,00				
Controle de Estresse	R\$ 2.700,00				
Terapia Relaxante	R\$ 5.600,00				
Terapia Facial	R\$ 3.000,00				
<b>TOTAL MENSAL</b>	<b>R\$ 46.500,00</b>	<b>R\$ 51.150,00</b>	<b>R\$ 56.265,00</b>	<b>R\$ 61.891,50</b>	<b>R\$ 68.080,65</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>R\$ 558.000,00</b>	<b>R\$ 613.800,00</b>	<b>R\$ 675.180,00</b>	<b>R\$ 742.698,00</b>	<b>R\$ 816.967,80</b>

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

Com relação à remuneração, foi estipulado um valor inicial de R\$ 1.850,00 para os cargos de nutricionista, esteticista e massoterapeuta e para os cargos de recepcionista e auxiliar de serviços gerais o valor inicial será de R\$ 1.129,09, e um pró-labore de R\$ 5.000,00 para a proprietária. Os encargos sobre o salário, 13º e férias representam somente 8% de FGTS, pelo fato de que o SPA será optante do Simples Nacional. O INSS não foi considerado um custo da empresa, pois o mesmo será descontado na folha de pagamento dos funcionários e do investidor. Portanto, para os cálculos dos gastos com pessoal foram considerados o salário bruto, as férias, o 13º salário e o FGTS, conforme demonstra a Tabela 9:

Tabela 9 - Remuneração

Encargo	Nutricionista	Massoterapeuta	Esteticista	Recepcionista	Aux. Serv. Gerais	Pró- Labore
Salário	R\$ 1.850,00	R\$ 1.850,00	R\$ 1.850,00	R\$ 1.129,09	R\$ 1.129,09	R\$ 5.000,00
13º	R\$ 154,16	R\$ 154,16	R\$ 154,16	R\$ 94,09	R\$ 94,09	-
Férias	R\$ 51,38	R\$ 51,38	R\$ 51,38	R\$ 31,36	R\$ 31,36	-
FGTS	R\$ 164,44	R\$ 164,44	R\$ 164,44	R\$ 100,36	R\$ 100,36	-
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 2.219,98</b>	<b>R\$ 2.219,98</b>	<b>R\$ 2.219,98</b>	<b>R\$ 1.354,90</b>	<b>R\$ 1.354,90</b>	<b>R\$ 5.000,00</b>

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

Dessa forma, obtém-se um custo unitário de R\$ 2.219,98 com salários e encargos dos cargos de nutricionista, massoterapeuta e esteticista, e custo unitário de R\$ 1.354,90 com salários e encargos nos cargos de recepcionista e auxiliar de serviços gerais. Na Tabela 10 apresenta-se os custos anuais:

Tabela 10 - Custos com remuneração

ITEM	FUNCIONÁRIO (05)	PRÓ-LABORE (01)	VALOR ANUAL
Salário Anual	R\$ 112.436,88	R\$ 60.000,00	R\$ 172.436,88

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

Considerando-se cinco funcionários, o custo será de R\$ 112.436,88 por ano. Já o custo com pró-labore totalizará R\$ 60.000,00 ao ano. Referente aos gastos fixos da empresa foi considerado o valor gasto com internet, energia, água, telefone, material de expediente, manutenção, limpeza, salários dos funcionários e pró-labore. A projeção desses valores é demonstrada na Tabela 11:

Tabela 11- Custos fixos

CUSTO FIXO	MENSAL (R\$)	ANUAL (R\$)
Internet	120,00	1.440,00
Energia Elétrica	350,00	4.200,00
Água	300,00	3.600,00
Telefone	200,00	2.400,00
Materiais de Expediente	200,00	2.400,00
Manutenção	250,00	3.000,00
Limpeza	200,00	2.400,00
Insumos	450,00	5.400,00
Honorários do Contador	500,00	6.000,00
Salários	9.369,74	112.436,88
Pró-Labore	5.000,00	60.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>16.939,74</b>	<b>203.276,88</b>

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

Por fim, os gastos fixos mensais do SPA seriam de R\$ 16.939,74 e, no primeiro ano, a empresa desembolsaria R\$ 203.276,88, necessitando desse valor em receitas para atingir o seu ponto de equilíbrio. Estima-se que no segundo ano de atividades não haveria aumentos dos custos fixos, podendo ocorrer o aumento na receita pela capacidade ociosa instalada. Porém, para os anos seguintes se projete um aumento nos custos fixos proporcional ao crescimento nas vendas.

Com a projeção das receitas e os custos fixos já estipulados, foi possível verificar o resultado líquido do exercício do projeto por meio da projeção dos resultados, conforme exposto na Tabela 12:

Tabela 12 - Resultado projetado

ITENS / ANO	1	2	3	4	5
Receitas com Vendas	R\$558.000,00	R\$613.800,00	R\$675.180,00	R\$742.698,00	R\$816.967,80
(-) Simples Nacional/ e outros	R\$ 47.374,20	R\$ 52.111,62	R\$ 57.322,78	R\$ 66.620,01	R\$ 73.282,01
(-) Custos Fixos	R\$203.276,88	R\$203.276,88	R\$223.604,57	R\$245.965,03	R\$270.561,53
(-) Depreciação	R\$ 14.107,80	R\$ 14.107,80	R\$ 14.107,80	R\$ 14.107,80	R\$ 14.107,80
<b>LLE</b>	<b>R\$293.241,12</b>	<b>R\$344.303,70</b>	<b>R\$380.144,85</b>	<b>R\$416.005,16</b>	<b>R\$459.016,46</b>

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

Quanto à tributação, o SPA se enquadra no anexo IV- 4º faixa do regime Simples Nacional, com alíquota 8,49% sobre o faturamento até o terceiro ano. No quarto e no quinto ano, passará a se enquadrar na 5ª faixa, de alíquota 8,97% devido ao aumento do faturamento. Ressalta-se que nesse percentual já está incluso o IRPJ, CSLL, COFINS, PIS/Pasep e o ISS. Assim, pode-se verificar que o investimento obteve lucro já no primeiro ano de R\$293.241,11, chegando ao quinto ano com um resultado de R\$526.301,10.

O fluxo de caixa para o planejamento financeiro, representando todas as entradas e saídas do projeto de investimento, está demonstrado na Tabela 13, partindo do lucro líquido a ser obtido pelo SPA. Observa-se que o valor da depreciação retorna ao caixa pois não se trata de um desembolso, mas sim representa o desgaste dos bens e a necessidade de reinvestimento ao final da vida útil (LAPPONI, 2007; WOILER; MATHIAS, 2014).

Tabela 13 - Fluxo de Caixa

ANO	0	1	2	3	4	5
Entradas						
LLE		R\$ 293.241,12	R\$ 344.303,70	R\$ 380.144,85	R\$ 416.005,16	R\$ 459.016,46
(+) Depreciação		R\$ 14.107,80	R\$ 14.107,80	R\$ 14.107,80	R\$ 14.107,80	R\$ 14.107,80
Valor dos Bens						R\$ 214.994,04
(=) Total de Entradas		R\$ 307.348,92	R\$ 358.411,50	R\$ 394.252,65	R\$ 430.112,96	R\$ 688.118,30
Saídas						
Capital Próprio	R\$ 387.019,04					
(=) Total de Saídas	R\$ 387.019,04					
(=) Fluxo de Caixa Líquido	R\$ (-) 387.019,04	R\$ 307.348,92	R\$ 358.411,50	R\$ 394.252,65	R\$ 430.112,96	R\$ 688.118,30

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

Verificando o fluxo de caixa da proposta de SPA, percebe-se que o empreendimento deverá obter resultado positivo já no primeiro ano de atividades, representando um resultado satisfatório para o investimento (LAPPONI, 2007; WOILER; MATHIAS, 2014).

A partir da elaboração dos quadros financeiros, se torna possível efetuar a análise da viabilidade propriamente dita.

#### 4.4 Análise da viabilidade econômica e financeiro do investimento

Alguns critérios devem ser considerados para analisar a viabilidade econômica e financeira de investimentos. Pelo método do VPL, considerando um custo de capital de 10% ao ano, taxa de atratividade indicada pelo investidor, o projeto recupera o capital investido e gera um lucro de R\$ 1.205.845,04 ao final do horizonte projetado. Para efetuar o cálculo, subtrai-se o investimento inicial de R\$ 387.019,04, do valor das entradas de caixa, descontadas a uma taxa de 10% ao ano, obtendo-se o resultado apresentado na Tabela 14:

Tabela 14 - Método VPL

0	1	2	3	4	5
R\$ (-) 387.019,04	R\$ 307.348,92	R\$ 358.411,50	R\$ 394.252,65	R\$ 430.112,96	R\$ 688.118,30

$$\text{VPL} = \text{R\$ } 1.592.864,08 - \text{R\$ } 387.019,04 = \text{R\$ } 1.205.845,04$$

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

Assim, obteve-se um VPL maior que zero, que significa que o investimento obterá um retorno maior do que a expectativa do investidor, demonstrando a viabilidade do projeto, ou seja, o projeto paga o investimento inicial, remunera o investidor com 10% ao ano e ainda tem uma sobra de R\$ 1.205.845,04. Esses resultados demonstram a viabilidade econômica e financeira do investimento (CHÉR, 2002; LAPPONI, 2007; SANTOS, 2010; SEIBERT; *et al*, 2014; WOILER; MATHIAS, 2014).

Para o cálculo da TIR, chegou-se em um resultado de 88,21% ao ano, maior que a taxa de atratividade determinada no projeto (10% ao ano), conforme demonstrado na Tabela 15. Pode-se afirmar que ela é atrativa e viável (CHÉR, 2002; LAPPONI, 2007; SANTOS, 2010; SEIBERT; *et al*, 2014; WOILER; MATHIAS, 2014).

Tabela 15 - Método TIR

0	1	2	3	4	5	TIR
R\$ (-) 387.019,04	R\$ 307.348,92	R\$ 358.411,50	R\$ 394.252,65	R\$ 430.112,96	R\$ 688.118,31	88,21%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

Para o cálculo do IL partiu-se do valor do VPL, calculado e demonstrado na tabela 14, dividido pelo valor do investimento inicial somado a 1,0:  $IL = R\$ 1.205.845,04 / R\$ 387.019,04 + 1 = 4,12$

O Índice de lucratividade do SPA é de 4,12. Isto significa que ele é lucrativo, pois é maior do que 1,0, também demonstrando a viabilidade econômica e financeira do investimento (LAPPONI, 2007).

Para o cálculo do *payback* descontado utilizou-se O custo de capital de 10%, o mesmo utilizado para o cálculo do VPL, que representa o mínimo de retorno esperado pelo investidor. Os resultados estão demonstrados na Tabela 16:

Tabela 16 - *Payback* descontado

ANO	CAPITAIS	RETORNO (R\$)	PBD (R\$)
0	387.019,04		(-) 387.019,04
1		279.408,11	(-) 107.610,93
2		296.207,85	188.596,92
3		296.207,85	484.804,77
4		293.772,94	778.577,71
5		427.267,33	1.205.845,04
$107.610,93 \times 360 / 296.207,85 = 130,79 / 30 = 4,36 = 4 \text{ meses.}$			
$0,36 \times 30 = 11 \text{ dias}$			

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

Portanto, por meio do cálculo do *payback* descontado, pode se verificar que após 1 ano, 4 meses e 11 dias, o projeto recupera o capital investido e gera no final do quinto ano um resultado positivo de R\$1.205.845,04. Período de recuperação considerado atrativo para o investimento (CHÉR, 2002; LAPPONI, 2007; SANTOS, 2010; SEIBERT; *et al*, 2014; WOILER; MATHIAS, 2014).

Para analisar a sensibilidade do projeto de investimentos se considerou duas situações. A primeira, uma redução no valor das vendas dos serviços de até 25%. Ou seja, se a prestação de serviços for reduzida em 25% o VPL do investimento será de R\$ 626.805,90, a TIR será de 52,70% e o tempo de retorno do investimento será de 2 anos, 2 meses e 27 dias. A segunda, um aumento nos custos fixos de até 30%. Se o aumento de 30% ocorrer nos custos do projeto de investimentos, o VPL será de 948.808,98, a TIR de 72,40% e o tempo de retorno do investimento será de 1 ano, 7 meses e 29 dias.

Os dois critérios de análise de sensibilidade, assim como todos os demais do cenário esperado, demonstram a viabilidade da proposta de investimento de um SPA no município de Santo Ângelo, no interior do estado do Rio Grande do Sul (CHÉR, 2002; LAPPONI, 2007; SANTOS, 2010; SEIBERT; *et al*, 2014; WOILER; MATHIAS, 2014).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Antes de se iniciar qualquer investimento, estudos devem ser elaborados com o objetivo de minimizar os riscos que o empreendedor corre ao investir em algo que pode não

trazer benefícios futuros. Para identificar se o investimento é viável ou não, se faz necessário um planejamento identificando o ambiente e o mercado de atuação, bem como os valores envolvidos para o estabelecimento de estratégias que viabilizem o investimento.

Nesse sentido, essa pesquisa objetivou analisar a viabilidade ambiental, econômica e financeira para implantação de um SPA no município de Santo Ângelo. Para tanto, realizou-se uma análise ambiental e uma pesquisa de mercado com potenciais clientes, permitindo concluir que o ambiente e o mercado, nesta cidade, são propícios para o investimento intencionado, desde que os profissionais sejam capacitados, éticos e que prestem serviços de boa qualidade.

Para a projeção do investimento inicial, foram feitos levantamentos de preços no mercado, ressaltando-se que o capital será totalmente próprio, não sendo necessário financiamentos de terceiros. Na análise de viabilidade econômica e financeira, observou-se o tempo de retorno do investimento por meio do método *payback* descontado constatando-se que o projeto recupera o que foi investido em 1 ano, 4 meses e 11 dias, tempo de retorno considerado satisfatório para o investimento. Também foi calculado o VPL que obteve resultado maior que zero, ou seja, um retorno de 1.205.845,04, para o horizonte de 5 anos de projeto. A TIR alcançou 88,21%, um percentual acima do esperado pelo investidor, que foi de 10%. A análise de sensibilidade, feita complementarmente aos demais critérios, também confirma a viabilidade da proposta de investimento.

Desse modo, considerado os resultados obtidos no estudo, a proposta de implantação de uma SPA é viável ambiental, mercadológica, econômica e financeiramente, se configurando como uma oportunidade de investimento para o município de Santo Ângelo.

Destaca-se que esta pesquisa se limitou a uma oportunidade de investimento em um determinado município do interior do estado do Rio grande do Sul. Devido às recomendações dos diversos autores citados nessa pesquisa, sugere-se que cada empreendimento intencionado, deve ser objeto de uma análise de investimento, o que também se configura como oportunidade de futuros estudos acadêmicos. Destaca-se ainda que este artigo contribui com um roteiro a ser seguido para a análise de pequenos e médios investimentos, abrangendo o ambiente, o mercado e as questões econômicas e financeiras, servindo de base para qualquer área de atuação.

## REFERÊNCIAS

BARBETTA, P. A. *Estatística aplicada às ciências sociais*. 6 ed. Florianópolis: Ed. UFSC, 2006.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

BRAGA, R. *Fundamentos e técnicas de administração financeira*. São Paulo: Atlas, 1995.

CASAROTTO FILHO, N. *Projeto de negócio: estratégias e estudos de viabilidade*. São Paulo: Atlas, 2011.

CHÉR, R. *O meu próprio negócio*. São Paulo: Negócio Editora, 2002

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. *Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2016.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 4ª. ed. São Paulo: Atlas, 2016.



GAJ, L. *O estrategista: do pensamento a ação estratégica na organização*. São Paulo: Pearson Education, 2002.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. *Empreendedorismo*. 9ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [2017]. *Cidades*. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/santo-angelo/panorama>> Acesso 18 Mar. 2017.

INTERNATIONAL SPA ASSOCIATION (ISPA). *The best place to get a big idea*. Disponível em: <https://experienceispa.com/>. Acesso 05 Nov. 2017.

IUDÍCIBUS, S. et al. *Manual de contabilidade societária: aplicada a todas as sociedades– De acordo com as normas internacionais e do CPC*. São Paulo: Atlas, 2010.

KOTLER, P. *Administração de marketing: a edição do novo milênio*. 10 Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAPPONI, J. C. *Projetos de investimento na empresa*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

LETRAS, Academia Brasileira. *Dicionário Escolar da Língua Portuguesa*. 2ª ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, p. 200, 2008.

PORTER, M. E. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

SANTOS, E. O. *Administração financeira da pequena e média empresa*. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SANVICENTE, A, Z. *Administração financeira*. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 1997

SCHUMPETER, J. A. *Teoria do desenvolvimento econômico*. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEIBERT, R. M.; SALLA, N. M. G.; RUSCH, T. F. M. C.; RUSCH, J. Estudo de viabilidade econômico-financeira para a implantação de uma estufa hidropônica em uma propriedade rural no interior de Santo Ângelo – RS. *Revista Eletrônica do CRCRS (Online)*, v. 1, p. 6-31, 2014.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *Como elaborar um plano de negócio*. Brasília, 2013

\_\_\_\_\_. *SPA Urbano* [2017]. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-spa-urbano>. Acesso em 28 Jan. 2017.

SILVA, A. L.G.; BARREIRA, C.A. *Turismo de saúde*. São Paulo: SENAC, 1994.

SOUZA, A. B. *Curso de administração financeira e orçamento: princípios e aplicações*. São Paulo: Atlas, 2014.

STALBAUN, A. B.; PORTELA, W. J. O.; SEIBERT, R. M. *Análise da viabilidade econômica e financeira da implantação de um roteiro turístico rural e ecológico no distrito de Santo Izidro em São Nicolau-RS*. RRCF, Fortaleza, v.4, n.2, jul./dez. 2013

VAN TUBERGEN, A.; VAN DER LINDEN, S. A brief history of SPA therapy. *Annals of the Rheumatic Diseases*. n. 61, p. 273-275, 2002.

VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 2014

WOILER, S.; MATHIAS, W. F. *Projetos planejamento, elaboração e análise*. São Paulo: Atlas, 2014.

YAMAMOTO, R.; K. AKAMINE, C. T. *Estudo dirigido de estatística descritiva*. São Paulo: Érica, 2009.

ZDANOWICZ, J. E. *Fluxo de caixa: uma decisão de planejamento e controle financeiros*. 10 ed. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzato, 2004.