

# VIABILIDADE ECONÔMICA DE UMA CLÍNICA CAPILAR FITOTERÁPICA. “UM ESTUDO DE CASO”

OLIVEIRA, Daline Nunes<sup>1</sup>

REZENDE, Fabiana<sup>2</sup>

DONDONI, Paulo Cezar<sup>3</sup>

**Resumo:** O presente trabalho tem como objetivo verificar a aceitação do público quanto a abertura de uma clínica capilar fitoterápica na cidade de Nova Aurora, no Paraná. Observando a transformação evolutiva do mercado, tendo os consumidores buscado um estereótipo de beleza jovem e saudável, sendo atrelada à insatisfação dos mesmos pela aparência, isso faz com que haja um constante crescimento do serviço no ramo estético, como nesse caso, a estética capilar. Observa-se também a preocupação com as questões ambientais na oferta dos mais diversos tipos de serviços e produtos. Portanto, o uso de ingredientes naturais, de origem vegetal, deixa de ser uma preocupação para tornar-se prioridade. A compreensão desses fatores leva a observar o grande crescimento de uma massa de consumidores totalmente voltados ao consumo de produtos e serviços oferecidos nessa área de beleza estética sustentável de hoje. Quanto à metodologia, escolheram-se as técnicas de pesquisa bibliográfica, estudo de caso e levantamento de dados baseado em questionário. Por meio da análise de dados, pretende-se evidenciar a viabilidade de uma clínica capilar fitoterápica.

**Palavras-chave:** Viabilidade econômica, fitoterapia, empreendedorismo.

## 1 INTRODUÇÃO

A fitoterapia é uma tendência sobre os cuidados com o cabelo, tanto esteticamente quanto no tratamento de doenças no couro cabeludo, explorou-se a viabilidade da clínica fitoterápica capilar, como uma opção de tratamento que se diferencia dos tratamentos convencionais para os danos do dia a dia e dos processos químicos causados aos fios, ao bulbo e ao couro cabeludo.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo são discutidos os métodos e conceitos de gestão e as bases da fitoterapia.

---

<sup>1</sup> Acadêmica do 4º ano do curso de Administração da Faculdade de Cafelândia - FAC. E-mail: dadanunesoliveira@gmail.com.

<sup>2</sup> Acadêmica do 4º ano do curso de Administração da Faculdade de Cafelândia - FAC. E-mail: E-mail: biiarezende@hotmail.com.

<sup>3</sup> Professor do curso de Administração da Faculdade de Cafelândia - FAC. E-mail: pcdondoni@utfpr.edu.br.

## 2.1 ADMINISTRAÇÃO

A administração serve para tornar as organizações mais eficientes. Essa eficiência ajuda a aperfeiçoar a utilização dos recursos disponíveis, que passam a ser utilizados de maneira eficaz. Proporcionando resultados melhores e mais sustentáveis, a administração contribui para aumentar a satisfação dos clientes, melhorar a qualidade de vida das pessoas e colaborar com o desenvolvimento da sociedade, melhorando as condições no lugar onde atua, tendo assim, reflexos em nível nacional, contribuindo para o crescimento do país.

Chiavenato (1993, p. 7), determina que:

A palavra administração vem do latim ad (direção, tendência para) e ministre (subordinação ou obediência), significando aquele que realiza uma função, um serviço, sob um comando, para o outro, estando frequentemente associada à função controle.

É de suma importância administração em uma organização nos dias atuais, suas funções ajudam a empresa estar sempre à frente e atualizada no mercado financeiro, visando sempre melhorias em todos os seus setores.

### 2.1.1 Empreendedorismo

Empreendedorismo busca uma visão de sucesso e inovação, e é aquele que faz as coisas terem direção com boas ideias e sempre busca alcançar seus objetivos com êxito. Desempenha um papel importante na empresa, sendo relevante no planejamento, na tomada de decisões e na visão de futuro, levando em consideração o presente e as metas alcançadas. Ele tem sido muito discutido nos meios acadêmicos e empresariais.

O que se observa é que não existe um conceito único, alguns estudiosos, como Freire (2001), o descreve como sendo o exercício intensivo de praticar a criatividade, superar desafios e consolidar conquistas, para se ter empreendedorismo é preciso que o indivíduo tenha a capacidade de transformar situações que estão em movimento, colocando novas ideias em práticas e concretizando aspirações.

Segundo a definição de Barreto (1998, p. 8) “[...] empreendedorismo é a habilidade de se conceber e estabelecer algo partindo de muito pouco ou quase nada”. Assim, Barreto enfatiza a grande importância do trabalho, além da capacidade de maximizar recursos.

O crescimento da competitividade no mundo dos negócios exige estratégias para se destacar no mercado, o empreendedorismo busca a visualização do todo, em que existe uma busca incessante por inovações, assumindo riscos calculados com a intenção de se obter renda, reconhecimento e crescimento no mercado.

O empreendedor é aquele que manifesta determinada habilidade e competência para criar, abrir e gerir um negócio, gerando resultados positivos. Segundo Dornelas (2001, p. 19), “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, e antecipa aos fatos e tem visão futura da organização”.

Para desenvolver um projeto, primeiramente deve-se ter uma ideia com visão de mercado, procurar se é realmente concreto e se o negócio pode ser bem sucedido, é preciso utilizar ferramentas que auxiliam na hora de montá-lo. Tendo isso, para iniciar a pesquisa é preciso passar por várias etapas para a elaboração do projeto, após a conclusão de dados, tudo que se refere a atender e suprir as necessidades do público-alvo do produto ou serviço. Além disso, o empreendedor deve-se atentar à parte financeira do negócio, os recursos necessários, quanto será gasto, qual a análise de rendimento futuro, e por fim, sempre atualizar o plano, mesmo quando a empresa estiver em funcionamento, ela deve se atualizar de acordo com o crescimento do negócio.

### **2.1.2 Marketing**

Enganam-se os que acreditam que o marketing tem apenas como objetivo vender algo, ele é composto por uma série de estratégias, técnicas e práticas que tem o intuito de agregar valor às marcas e aos produtos, a fim de atribuir uma maior importância das mesmas para um determinado público-alvo, ou seja, a forma de comunicação mostra o valor do produto ou do serviço para os consumidores finais. Como resultado do processo garante-se a conclusão da venda.

De acordo com Sandhusen (1998, p. 8), “é o processo de planejar a concepção, preço, a promoção e a distribuição de bens e serviços para criar trocas que satisfarão os objetivos individuais e organizacionais”.

Com os consumidores cada vez mais exigentes e a concorrência mais intensa nas empresas, é de suma importância que as empresas estejam agindo de maneira a se preservar diante das frequentes mudanças no mercado, as práticas de marketing tornam-se relevantes para aumentar as chances de sucesso na empresa.

### **2.1.3 Administração financeira**

A administração financeira envolve o controle, planejamento e análise de todas as movimentações financeiras de uma empresa, essa vertente administrativa permite que o investimento de capital seja realizado de maneira mais racional e otimizada, gerando lucros e economia.

Em uma empresa, a administração financeira deve ter autonomia para tomar algumas decisões, especialmente no que diz respeito ao orçamento, à estrutura do capital e à administração do capital de giro. Uma boa administração financeira é a chave para a solidez da empresa.

### **2.1.4 Custos**

São os gastos inerentes a atividade produtiva de bens ou a prestação dos serviços oferecidos pela empresa. Vários são os custos que devem ser estimados em um projeto, são gastos necessários para que o projeto seja executado e concluído, devendo ser monitorado o fluxo de saída dos recursos financeiros, para que, assim se tenha controle dos avanços do projeto.

Todavia, o principal passo é saber identificar e classificar os tipos de custos dentro do projeto em questão, sendo assim, segue abaixo exemplos de custo aplicados ao empreendimento.

#### **2.1.4.1 Custo Fixo**

Os custos fixos são aqueles que menos sofrem variações em relação à produção de uma empresa, ou seja, podem sofrer variações, mas são tão mínimas que dificilmente terão algum impacto nos resultados da organização.

Sendo assim, são aqueles que podem variar o valor, mas indiferente da quantidade produzida, estarão sempre no DRE (Demonstração de resultados dos exercícios) de uma empresa, que podem ser diminuídos, mas não extinguidos, como as economias de energia, otimização de tempo, controle de desperdício de matéria-prima. Também caracterizado como custo fixo, está a depreciação de máquinas e imóvel, as taxas e impostos são incorporados em custos fixos.

#### 2.1.4.2 Custo Variável

Este tipo de custos corresponde àqueles custos que variam proporcionalmente de acordo com o nível de produção da atividade. Seus valores dependem diretamente do volume produzido ou volume de vendas efetivado num determinado intervalo de tempo.

Dutra (2010, p. 33) explica que custos variáveis são “os custos que variam em função da variação do volume da atividade, ou seja, da variação da quantidade produzida no período”.

#### 2.1.5 VPL-TIR-PAYBACK

A análise de investimentos envolve decisões da aplicação dos recursos disponíveis, com objetivos de obter retorno desse capital, requerendo assim, uma estimativa mais realista possível dos fluxos financeiros.

Sendo assim, Neto, Lima (2014, p. 396), conceituam “VPL-TIR-PAYBACK é o estudo da viabilidade econômica de um projeto de investimento, ou seja, análise de investimento”.

VPL (Valor Líquido Presente) é a medida obtida pela diferença entre o valor presente dos benefícios líquidos de caixa, previstos para cada período do horizonte de duração do projeto, e o valor presente do investimento.

TIR (Taxa Interna de Retorno), essa taxa se iguala em determinado momento, às entradas com as saídas previstas de caixa, seu cálculo requer basicamente, o conhecimento dos montantes de desembolso de capital e dos fluxos de caixas líquidos incrementais gerados pela decisão.

Payback é o período de aplicação bastante generalizada na prática, consiste na determinação do tempo necessário para que o investimento inicial seja recuperado pelas entradas de caixa promovidas pelo investimento.

#### 2.1.6 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio é um indicador de segurança do negócio, pois mostra o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos custos. Ele indica em que momento, a partir das projeções de vendas do empreendedor, a empresa estará igualando suas receitas e seus custos. Com isso, é eliminada a possibilidade de prejuízo em sua operação.

Segundo Dutra (2010, p. 361) “é a produção somente o suficiente para gerar receita que se iguala ao custo, ou seja, quando está operando em um nível de produção igual a seu ponto de equilíbrio, a empresa não apresenta nem lucro nem prejuízo”.

Para a dedução do ponto de equilíbrio podem ser usadas a receita total ou as vendas, custo total, custo fixo total, custo variável total, custo variável unitário. Com os resultados desses cálculos, o empreendedor vai ter a visão se há viabilidade em se produzir os bens ou serviços.

### **2.1.7 Fluxo de Caixa**

Fluxo de caixa é um tipo de controle da movimentação financeira, considerando entradas e saídas de dinheiro a partir de registros detalhados, oferecendo instrumentos de verificação e análise do negócio.

Para tornar o processo mais eficiente, todas as receitas e despesas, por menores que sejam, precisam ser registradas. A partir desse levantamento, que é uma ação básica e indispensável de gestão financeira, é possível contar com uma verdadeira base de dados.

Neto Lima (2014, p. 768) define que “é um instrumento de gestão financeira que projeta para períodos futuros todas as entradas e as saídas de recursos financeiros da empresa, indicando como será o saldo de caixa para o período projetado”.

Ao se realizar o fluxo de caixa, adquire-se uma visão mais precisa sobre o momento financeiro da empresa, tendo subsídios necessários para a tomada de decisões.

## **2.2 DERMATOLOGIA**

Segundo a sociedade brasileira de dermatologia, a pele é o maior e mais visível órgão do corpo humano. E os dermatologistas ajudam a manter a pele, cabelo e unhas saudáveis. Por se dedicarem exclusivamente aos cuidados com a pele, cabelos, pelos e unhas, os dermatologistas sabem a importância da pele saudável para uma vida saudável. A Dermatologia Clínica e Preventiva é responsável pelo diagnóstico, prevenção ou tratamento das doenças e problemas que atingem a pele e seus anexos.

### **2.2.1 Tricologia**

Tal como o site DermaClub (2018):

A tricologia pode ser uma especialidade buscada por dermatologistas, químicos, biólogos, nutricionistas, cosmetólogos, farmacêuticos e outros profissionais que, em conjunto, pretendem integrar essas diversas áreas de conhecimento para uma visão ainda mais amplificada do mundo capilar.

Sendo assim, a tricologia é um aperfeiçoamento do profissional interessado em atuar na área de cuidados com o cabelo. É uma ferramenta a mais para a eficácia dos tratamentos fitoterápicos, pois sua área de conhecimento estuda e trata problemas e queixas do couro, bulbo e fios dos cabelos.

### **2.2.2 Fitoterápica**

Kffuri (2011, p. 7) enfatiza que “esse termo tem origem grega, no qual fito (phyto) significa “vegetal” e terapia (therapeia) quer dizer “tratamento””.

De acordo com o blog Fitoterapia e o cabelo (2018), nos últimos anos foi documentada a influência que os fitoquímicos têm sobre a expressão genética, ativando certos genes e desativando outros. Polifenóis, carotenóides, flavonóides e um grande número de fitoterápicos antioxidantes, anti-androgênicos e anti-inflamatórios protegem e estimulam as células dérmicas dos folículos pilosos fortalecendo os cabelos.

Fitoterápico, de acordo com a legislação sanitária brasileira, é o produto obtido de matéria-prima ativa vegetal, exceto substâncias isoladas, com finalidade profilática, curativa ou paliativa, incluindo medicamento fitoterápico e produto tradicional fitoterápico, podendo ser simples, quando o ativo é proveniente de uma única espécie vegetal medicinal, ou composto, quando o ativo é proveniente de mais de uma espécie vegetal. (Resolução nº 93 da ANVISA, de 12 de julho de 2016 - Altera a RDC nº 26, de 13 de maio de 2014). (Dispõe sobre o registro de medicamentos fitoterápicos e o registro e a notificação de produtos tradicionais fitoterápicos.)

A fitoterapia contribui para repor nutrientes que estão em falta no organismo com produtos naturais, associado a uma boa alimentação traz resultados significativos para o tratamento de queda, ressecamento e falta de crescimento capilar.

### 3 METODOLOGIA

Este trabalho visa levantar informações sobre uma clínica fitoterápica, utilizando métodos científicos, através de questionários, pesquisas bibliográficas, para que o estudo mostre se há viabilidade no empreendimento.

Para Gil (1999, p. ), o método científico é um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos utilizados para atingir o conhecimento. Para que seja considerado conhecimento científico, é necessária a identificação dos passos para a sua verificação, ou seja, determinar o método que possibilitou chegar ao conhecimento.

- **Qualitativa:** Para Gil (1999), o uso dessa abordagem propicia o aprofundamento da investigação das questões relacionadas ao fenômeno em estudo e das suas relações, mediante a máxima valorização do contato direto com a situação estudada, buscando-se o que era comum, mas permanecendo, entretanto, aberta para perceber a individualidade e os significados múltiplos.
- **Quantitativa:** De acordo com Demo (2002, p.7), “a ciência prefere o tratamento quantitativo porque ele é mais apto aos aperfeiçoamentos formais: a quantidade pode ser testada, verificada, experimentada, mensurada [...]”.
- **Bibliográfica:** Como metodologia de pesquisa foi utilizada a pesquisa teórico-conceitual, sendo classificada como pesquisa bibliográfica. Segundo GIL (2010) a pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado com o objetivo de analisar posições diversas em relação a determinado assunto.

A pesquisa para coleta dos dados foi feita por questionário, visando aos futuros clientes, nessa pesquisa, engloba-se a pesquisa quantitativa e qualitativa, para referências de fundamentação e teorias.

### 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Para avaliar a viabilidade econômica da implantação de uma clínica capilar fitoterápica, através de dados coletados e resultados obtidos por meio de uma pesquisa com objetivo de atender os possíveis clientes.



#### 4.1 INVESTIMENTO INICIAL

Nos dois quadros apresentados está a relação do investimento a ser feito, utilizando como base de preço para os móveis e utensílios em sites de compras e vendas, como Mercado livre e OLX, e a reforma com um profissional da área da construção.

**Quadro 1:** Investimento inicial

<b>Móveis</b>			<b>R\$ 7.402,02</b>
	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
Lavatório	2	R\$ 890,00	R\$ 1.780,00
Sofás com dois lugares	4	R\$ 500,00	R\$ 2.000,00
Mesa para revistas	1	R\$ 29,70	R\$ 29,70
Cadeira para finalização	2	R\$ 890,00	R\$ 1.780,00
Bebedouro	1	R\$ 459,90	R\$ 459,90
Bancadas	2	R\$ 339,90	R\$ 679,80
Espelho	2	R\$ 310,00	R\$ 620,00
Apoiador de secador e prancha	1	R\$ 52,72	R\$ 52,72

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

**Quadro 2:** Investimento em utensílios

<b>Utensílios</b>			<b>R\$ 2.784,59</b>
<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
Prancha	2	R\$ 95,52	R\$ 191,04
Secador	2	R\$ 169,90	R\$ 339,80
Jogo de pentes	2	R\$ 49,00	R\$ 98,00
Jogo de escovas	2	R\$ 178,00	R\$ 356,00
Jogo de presilhas	6	R\$ 19,90	R\$ 119,40
Pincel para tintura	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
Vasilha	2	R\$ 3,45	R\$ 6,90
Jogo de tesouras	2	R\$ 179,99	R\$ 359,98
Touca descartável com 50 UND	2	R\$ 6,50	R\$ 13,00
Touca térmica	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
Avental de cabeleireiro + avental de proteção para cliente	1	R\$ 49,90	R\$ 49,90
Protetor de orelha	6	R\$ 1,50	R\$ 9,00
Borrifador	1	R\$ 7,99	R\$ 7,99
Copo Medidor	1	R\$ 12,99	R\$ 12,99
Luvas Descartáveis	250	R\$ 0,65	R\$ 162,50
Máscara com 50 UND	1	R\$ 10,20	R\$ 10,20
Jogo de Xícaras com 24 UND	1	R\$ 54,00	R\$ 54,00
Palito Separador com 50 UND	1	R\$ 45,00	R\$ 45,00
Cinto de Cabeleireiro	1	R\$ 36,90	R\$ 36,90

Máquina de acabamento	1	R\$80,00	R\$ 80,00
Máquina de corte	1	R\$49,99	R\$ 49,99
Navalha	1	R\$ 16,00	R\$ 16,00
Talco	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
Armário multiuso	2	R\$ 298,00	R\$ 596,00
Kit para manipulação	2	R\$ 60,00	R\$ 60,00
Produtos a ser repostos			
Creme de finalização	3	R\$ 50,00	R\$ 150,00
Condicionado	2 litros	R\$ 75,00	R\$ 150,00
Shampoo	2 litros	R\$ 75,00	R\$ 150,00
Produtos orgânicos	70	R\$ 10,23	R\$ 716,66

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

### Quadro 3: Investimento em eletrodomésticos

Máquinas			<b>R\$2.084,95</b>
Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Geladeira	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Cafeteira	1	R\$ 49,90	R\$ 49,90
Televisão	1	R\$ 835,05	R\$ 835,05

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

### Quadro 4: Investimento em computador e periféricos

Computador e Periféricos			<b>R\$ 9.047,77</b>
Computador	3	R\$ 2.689,00	R\$ 8.067,00
Monitores	3	R\$ 326,59	R\$ 979,77

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

### Quadro 5: Investimento total

Total de investimento	
Móveis	R\$ 7.402,12
Utensílios	R\$ 2.784,59
Máquinas	R\$ 2.084,95
Computador e periféricos	R\$ 9.047,77
Reforma	R\$ 8.000,00
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>R\$ 29.319,43</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

### Quadro 6: Cálculo de depreciação em R\$

BENS	Valor Aquisição	Valor Útil Anos	Taxa Anual	Depreciação anual
Reforma imóvel	8.000,00	25	4%	320,00

Máquinas	2.084,95	10	10%	208,49
Móveis	7.402,12	10	10%	740,21
Utensílios	2.784,59	10	10%	278,45
Computadores e periféricos	9.047,77	5	20%	1.809,55
	29.319,43			3.356,70

Fonte: Dados determinados pela Receita Federal (2018).

## 4.2 APRESENTAÇÃO DOS CÁLCULOS

Desta forma, o valor a ser investido será de R\$ 20.159,08, e para capital de giro será incluído no valor R\$ 10.000,00, sendo financiado o valor de R\$ 30.160,00, no Banco Itaú, segue a simulação realizada:

PV = 30.160,00

N = 48 meses

I= 2,10% a.m

PMT = R\$ 1.003,39 – Parcela mensal para pagamento do empréstimo.

Tomou-se como base o cálculo médio de 144 clientes atendidas ao mês, sendo 6 clientes ao dia, considerando 24 dias de trabalho por mês, com um preço médio unitário de R\$ 100,00 por procedimento, estima-se que o rendimento bruto mensal será de R\$ 14.000,00.

### 4.2.1 Fluxo de caixa

#### Quadro 7: Fluxo de caixa do ano 1

Faturamento	R\$ 172.800,00
(-) custo do produto	R\$ 14.000,00
(-) desp. ADM (água/luz/aluguel)	R\$ 27.600,00
(-) salários	R\$ 68.688,00
(-) contador	R\$ 2.400,00
(-) despesas com abertura da empresa	R\$ 1.570,00
(-)tributos(IPTU,FGTS,)	R\$ 3.230,00
(-)simples nacional 6%	R\$ 8.640,00
(-) marketing	R\$ 3.000,00
(-) juros da parcela do empréstimo	R\$ 4.500,68
(-) parcela sem juros	R\$ 7.540,08
(=) lucro líquido	R\$ 32.563,92

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Neste quadro é apresentada uma simulação dos custos referente ao primeiro ano de funcionamento, constando gastos com reposição de produtos, despesas administrativas, salários de 3 funcionários, totalizando um custo de 6 salários mínimos (R\$ 954,00), gastos com impostos (IPTU, INSS, CNPJ, ALVARA, tarifa da parcela, mais parcela e juros do empréstimo referente ao ano.

**Quadro 8:** Fluxo de caixa dos demais anos

Fluxo de caixa	Ano 2	Ano 3	Ano 4
Total de receita	R\$ 177.932,16	R\$ 183.216,75	R\$ 188.658,28
Total de despesas	R\$144.401,00	R\$ 148.689,71	R\$ 153.105,79
Total líquido	R\$ 33.531,16	R\$ 34.527,04	R\$ 35.552,49

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Conforme acima apresentado, o fluxo de caixa dos quatros anos de funcionamento da clínica, pode-se observar uma crescente receita utilizando como base a inflação do ano 2017 (2,97), mas a despesas demonstraram um aumento também, pois os custos seguiram o aumento inflacionário.

#### 4.2.2 Payback

Para o cálculo do *payback* foi utilizado o lucro líquido mensal do ano 1, ou seja, 32.564,00 dividido por 12. O investimento retornará em 11 meses e 4 dias, sendo realizado a partir do cálculo.

**Formula do Payback Simples**

$$\text{PayBack} = \frac{\text{Investimento Inicial}}{\text{Ganho no Período}}$$

#### 4.2.3 Taxa interna de retorno (TIR)

Essa taxa se iguala em determinado momento, as entradas com as saídas previstas de caixa, seu cálculo requer basicamente, o conhecimento dos montantes de desembolso de

capital e dos fluxos de caixas líquidos incrementais gerados pela decisão. Demonstrado no cálculo a seguir, realizado na calculadora HP12c:

30.160,00 CHS G CFo

32.564,00 G CFJ

F IRR = 7,97%

6 i

F NPV= 560,75

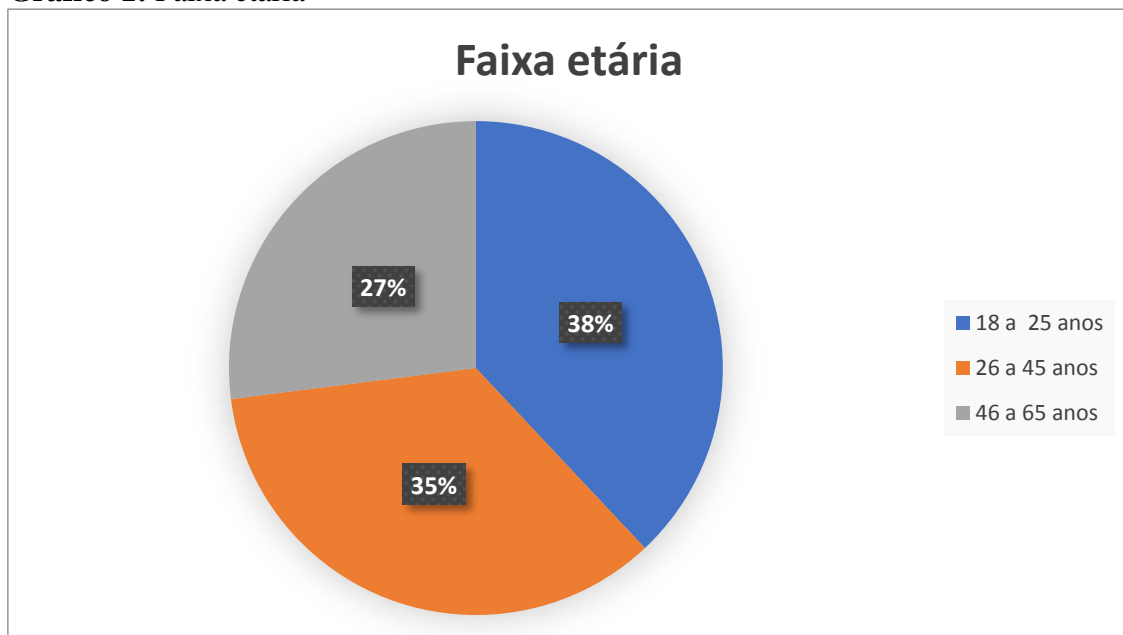
#### 4.2.4 Valor presente líquido (VPL)

Quando o VPL é positivo, significa que o negócio é viável. Através do cálculo desenvolvido na seção 4.2.3, também foi obtido o VPL do projeto, no valor de R\$ 560,75.

O período considerado foi de 12 meses e a taxa utilizada foi com base na média do que está sendo pago em cadernetas de poupança (0,5 líquida da TR). Visto que o valor do VPL deu positivo, o projeto também é viável considerando esse indicador.

#### 4.3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS GRÁFICOS

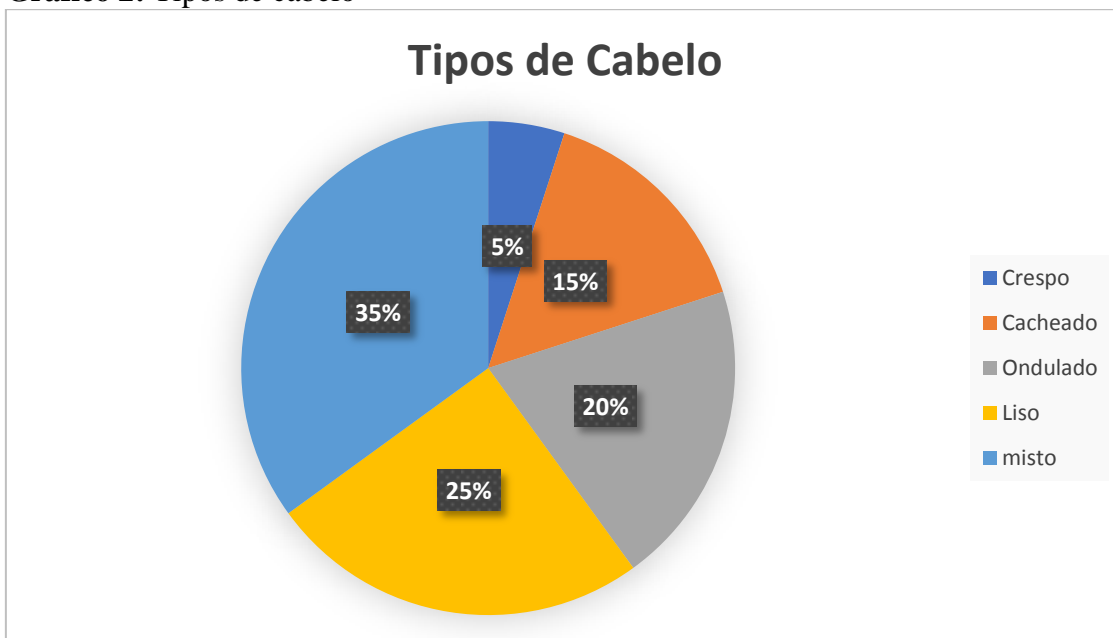
**Gráfico 1:** Faixa etária



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 1, apresentado 38% dos questionado tem entre 18 a 25anos, 35% tem entre 26 a 35 anos, e 27% tem idade de 46 a 65 anos.

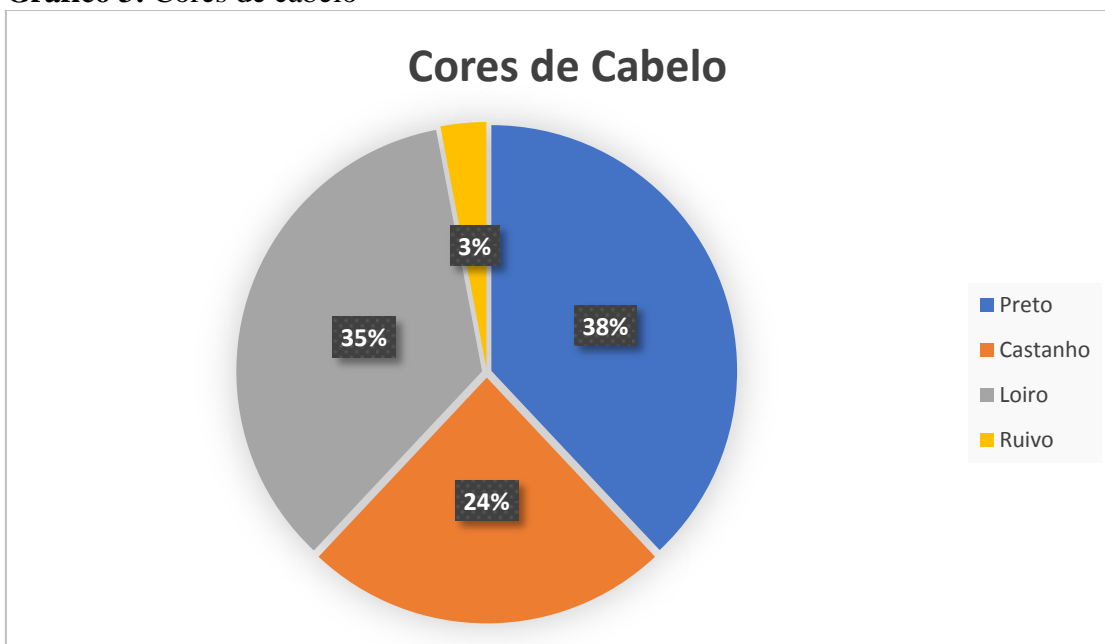
**Gráfico 2:** Tipos de cabelo



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Segundo o Gráfico com quantidade de 100 mulheres, responderam que a 35% tem cabelo misto, 25% liso, 20% ondulado, 15% cacheado, 5% crespo.

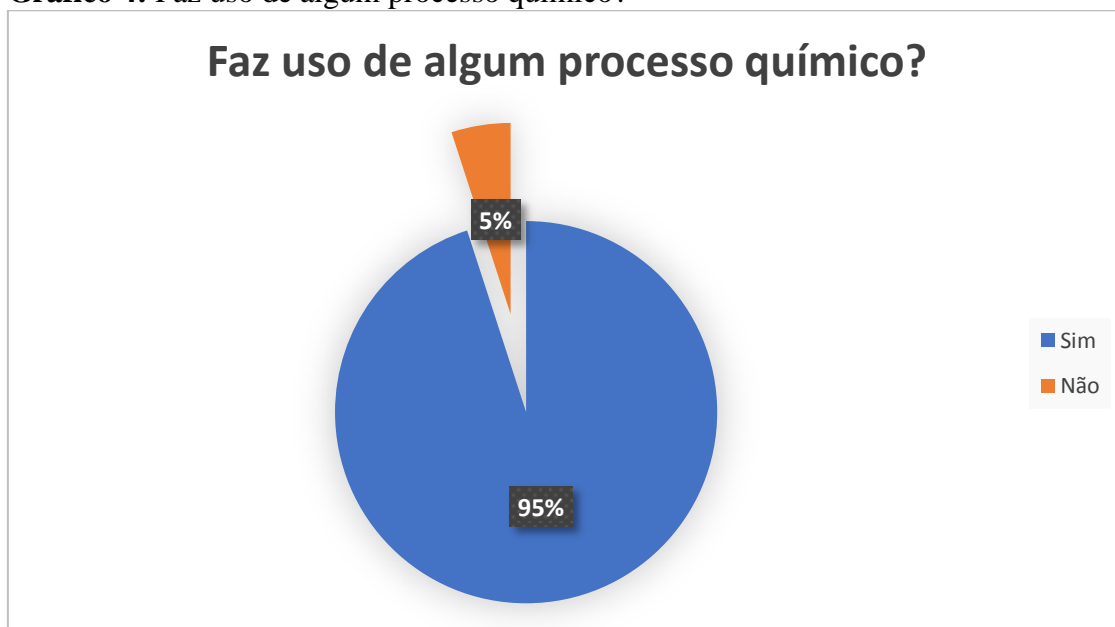
**Gráfico 3:** Cores de cabelo



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com o gráfico 3,35% das mulheres questionadas são de cabelos loiro, 24% castanho, 38% preto, 3% ruivo.

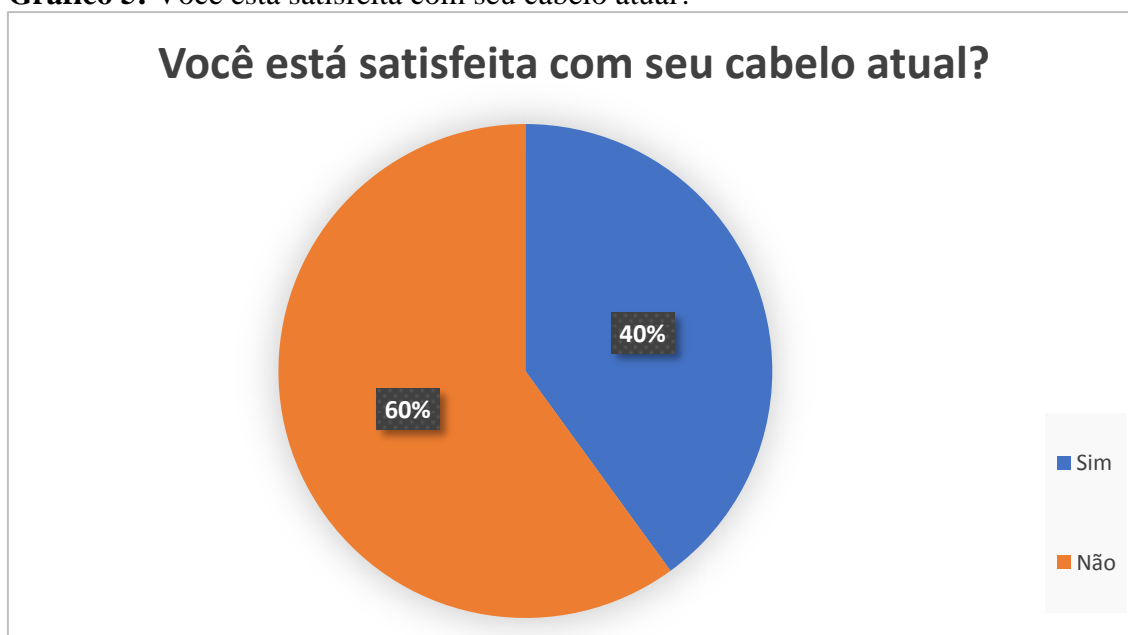
**Gráfico 4:** Faz uso de algum processo químico?



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Conforme o gráfico 4 o público pesquisado 95% faz uso de processo químico.

**Gráfico 5:** Você está satisfeita com seu cabelo atual?



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com o gráfico 5, a maioria das mulheres não está satisfeita com seu cabelo representando 60%, e outras 40% está satisfeita.

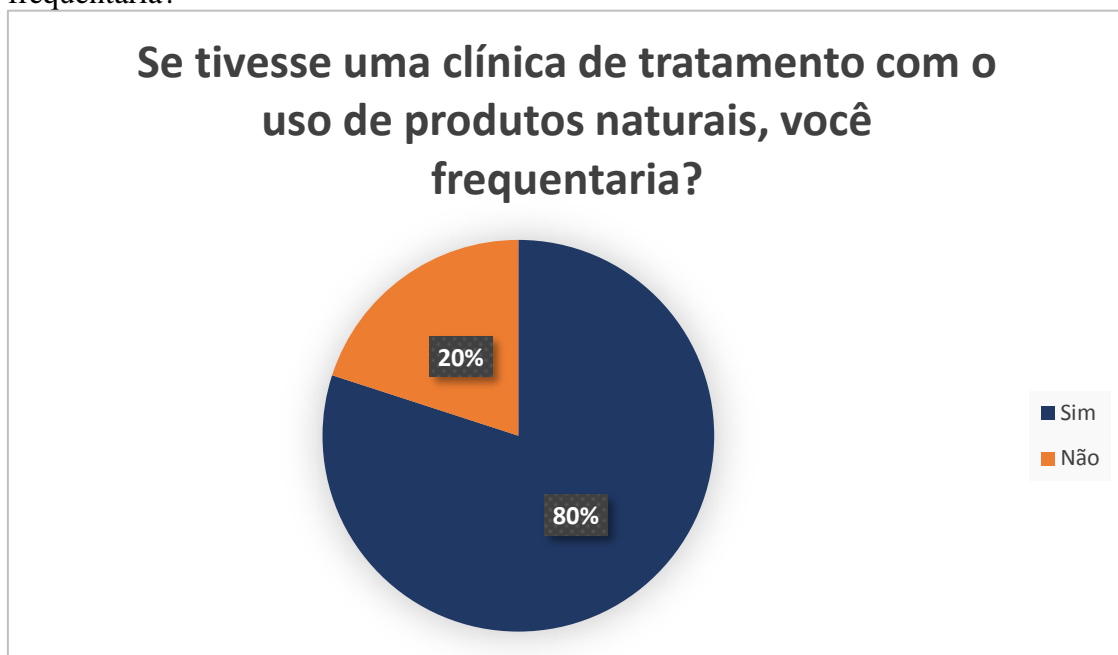
**Gráfico 6:** Faria uso de produtos naturais em seu cabelo?



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com o gráfico 6, 97% fariam uso de produtos naturais em seu cabelo, e 3% não arriscariam.

**Gráfico 7:** Se tivesse uma clínica de tratamento com o uso de produtos naturais, você frequentaria?



Fonte: Dados da pesquisa (2018).



No gráfico 7, consta que 80% das mulheres frequentaria a clínica com produtos naturais, 20% não iriam nesse local.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho teve como objetivo estudar a viabilidade econômica da implantação de uma clínica fitoterápica em Nova Aurora - PR, através de aplicação de questionário e realização de alguns cálculos de indicadores financeiros como, fluxo de caixa, payback, depreciação e de investimento.

Tendo vantagem que será a primeira clínica capilar fitoterápica em Nova Aurora - PR, por ser uma cidade pequena, vê-se a necessidade de abrir a clínica para oferecer diversos e diferentes tipos de tratamentos. Com muita variedade em produtos naturais, a clínica sempre visa a autoestima e o bem-estar dos futuros clientes.

Com os resultados obtidos foi possível fazer uma análise da viabilidade econômica, analisando-se que o empreendimento, com o estudo e investimentos adequados e empenho, demonstrou-se viável a implantação da clínica fitoterápica capilar.

## **REFERÊNCIAS**

ANVISA. Resolução nº 93, de 12 de julho de 2016 - Altera a RDC nº 26, de 13 de maio de 2014.

BRUNI, A. L. **A administração de custos, preços e lucros**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.

CHIAVENATO, I. **Introdução a teoria geral da administração**. 6. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

DEMO, P. **Avaliação qualitativa**. 7.ed. Campinas: Autores Associados, 2002.

**DERMACLUB.** Disponível em: <[https://www.dermaclub.com.br/noticia/voce-sabe-o-que-e-tricologia-conheca-a-especialidade-que-se-dedica-ao-estudo-sobre-cabelos\\_a3125/1](https://www.dermaclub.com.br/noticia/voce-sabe-o-que-e-tricologia-conheca-a-especialidade-que-se-dedica-ao-estudo-sobre-cabelos_a3125/1)>. Acesso em: 05 de maio de 2018.

DUTRA, R. G. **Custos**, uma abordagem prática. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FREIRE, Patrícia e SOUZA, Jader. **Marketing, gestão e carreira** – Reflexões sobre temas empresariais. Salvador: FTE, 2001. P. 121-136.

**FITOTERAPIA e o cabelo.** Disponível em <<http://tricologista.blogspot.com.br/>>. Acesso em 05 de maio 2018.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

KFFURI, C. W. **Instruções práticas e preparações tradicionais da fitoterapia brasileira.**

ASSAF NETO, A. e LIMA. **Custos de administração financeira.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2014.

**SOCIEDADE brasileira de dermatologia.** Disponível em: <<http://www.sbd.org.br/dermatologia/sobre-a-dermatologia/campos-de-atuacao/>>. Acesso em: 05 de maio de 2018.

**ANEXO A - Questionário**

**QUESTIONÁRIO SOBRE VIABILIDADE ECONÔMICA DE UMA CLÍNICA FITOTERÁPICA**

NOME \_\_\_\_\_ IDADE \_\_\_\_\_

TIPO DO SEU CABELO: ( ) CRESPO ( ) CACHEADO ( ) ONDULADO ( ) LISO ( ) MISTO

COR NATURAL DOS CABELOS: ( ) PRETO ( ) CASTANHO ( ) LOIRO ( ) RUIVO

FAZ O USO DE ALGUM PROCESSO QUÍMICO? ( ) SIM ( ) NÃO

QUAL? \_\_\_\_\_ POR QUÊ? \_\_\_\_\_

QUAIS TIPOS DE CUIDADOS VOCÊ TEM COM SEU CABELO?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

QUAL O GASTO MÉDIO COM PRODUTOS PARA SEU CABELO?

\_\_\_\_\_

FREQUENTA SALÃO DE BELEZA? ( ) SIM ( ) NÃO / COM QUE FREQUÊNCIA? \_\_\_\_\_

VOCE ESTÁ SATISFEITA COM SEU CABELO ATUAL? ( ) SIM ( ) NÃO

COMO VC GOSTARIA QUE FOSSE SEU CABELO?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

FARIA O USO DE PRODUTOS NATURAIS EM SEU CABELO?

( ) SIM, POR QUÊ? \_\_\_\_\_

( ) NÃO, POR QUÊ? \_\_\_\_\_

SE TIVESSE DISPONÍVEL UMA CLÍNICA DE TRATAMENTO COM O USO DE PRODUTOS NATURAIS, VOCÊ FREQUENTARIA?

( ) SIM, POR QUÊ? \_\_\_\_\_

( ) NÃO, POR QUÊ? \_\_\_\_\_