

Serviços de massagem



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	3
Localização.....	4
Exigências Legais e Específicas.....	5
Estrutura.....	7
Pessoal.....	8
Equipamentos.....	9
Matéria Prima/Mercadoria.....	11
Organização do Processo Produtivo.....	12
Automação.....	12
Canais de Distribuição.....	13
Investimentos.....	14
Capital de Giro.....	15
Custos.....	16
Diversificação/Agregação de Valor.....	19
Divulgação.....	20
Informações Fiscais e Tributárias.....	21
Eventos.....	21
Entidades em Geral.....	22
Normas Técnicas.....	22
Glossário.....	22
Dicas de Negócio.....	23
Características Específicas do Empreendedor.....	23
Bibliografia Complementar.....	24
Fonte de Recurso.....	25
Planejamento Financeiro.....	25
Produtos e Serviços - Sebrae.....	26

1. Apresentação de Negócio

O mercado de bem-estar está em constante crescimento, e os serviços de massagem se posicionam como uma opção lucrativa e promissora para empreendedores. Mais do que apenas relaxamento, a massoterapia engloba diversas técnicas terapêuticas com foco na melhoria da saúde física e mental, prevenção de desequilíbrios corporais e promoção de um estilo de vida mais equilibrado.

Atualmente, o sucesso em serviços de massagem vai além da simples oferta de massagens relaxantes. A tendência é agregar valor por meio de experiências personalizadas e holísticas, combinando diferentes técnicas e serviços complementares. Seu espaço pode oferecer, além de massagens clássicas (relaxantes, terapêuticas, desportivas), opções como:

- Tratamentos estéticos: massagem modeladora, drenagem linfática, limpeza de pele, esfoliação corporal;
- Terapias complementares: shiatsu, Ayurveda, massagem com pedras quentes, reflexologia;
- Experiências personalizadas: pacotes especiais para noivas, casais, grupos empresariais, eventos;
- Serviços adicionais: banhos aromáticos, escalda-pés, aulas de ioga ou meditação;
- Tecnologia: incorporar aparelhos de estética que potencializem os resultados dos tratamentos.

Os benefícios para os clientes são inúmeros: redução do estresse e da ansiedade, alívio de dores musculares, melhoria da circulação sanguínea e da qualidade do sono, aumento da autoestima e bem-estar geral. A massagem se tornou parte da rotina de autocuidado de muitas pessoas, representando um mercado com grande potencial de crescimento.

Para se destacar nesse mercado competitivo, é essencial oferecer um serviço de excelência, com profissionais altamente qualificados e um ambiente acolhedor e relaxante. A construção de uma marca forte, aliada a uma estratégia de marketing eficaz nas redes sociais e em outros canais, é fundamental para alcançar o público-alvo.

Criar um negócio de sucesso exige planejamento e dedicação. Considere os seguintes passos:

Passo

Item

Descrição

Passo 1

Modelagem de negócios

Saber quais serão os produtos, serviços e como divulgá-los.

Passo 2

Plano de negócios

Realizar o cálculo da viabilidade do negócio: quanto investir para alcançar a lucratividade. Norteia o planejamento e auxilia na prevenção de riscos.

Passo 3

Criação da marca

Definir a cara da empresa, o nome, a cor, o posicionamento.

Passo 4

Abertura da empresa

Procurar por um especialista para auxiliar na parte trabalhista e tributária.

Passo 5

Escolha do ponto comercial

Informar-se sobre o público da região, fluxo, potencial, imóvel, aluguel, acesso, mercado local e concorrência.

Passo 6

Adequação do espaço

Elaborar projetos, orçar a obra, contratar um gerenciamento de obra, comprar móveis, comprar insumos e comprar equipamentos.

Passo 7

Contratação de profissionais

Contratar massagistas e demais profissionais.

Passo 8

Treinamento

Treinar a equipe de profissionais e ensinar todas as técnicas.

Passo 9

Definição do cardápio de produtos e serviços

O que vai oferecer aos clientes.

Passo 10

Precificação

Estabelecer os preços a serem praticados, tendo como base o plano de negócios e os custos fixos e variáveis.

Passo 11

Marketing

Definir pra quem vender e como comunicar o que se está vendendo. Investir em redes sociais, construir marca forte, oferecer bom atendimento, fazer plano de marketing.

Passo 12

Gestão do dia a dia

Administrar tudo para que os clientes tenham certeza de um excelente serviço. É importante atingir o break even (ponto de equilíbrio), receber de receita pelo menos o que se teve de custo no mês.

Tabela 1 - Passo a passo - Serviços de massagem

Este documento não substitui um plano de negócio. Para elaborá-lo procure o Sebrae.

2. Mercado

O mercado de negócio de massagem, atualmente, pode ser entendido como o mercado de bem-estar. Já esteve mais ligado ao mercado de estética. É bem possível que esteja também relacionado ao mercado de lazer. Ou seja, já há propostas atualmente que ultrapassam o conceito de bem-estar e há de se registrar que sempre existe espaço para inovar e encontrar outras oportunidades relacionadas com os serviços que podem ser ofertados por uma empresa de massagem.

Atualmente, o conceito de massoterapia está ganhando cada vez mais espaço, com a abertura de negócios em shoppings, áreas comerciais, hotéis, hotéis fazenda, além de espaços próprios e outros. Os modelos variam, basicamente, entre espaços amplos, lounges, quiosques e atendimento em domicílio.

A execução dos serviços ocorre por meio de profissionais habilitados, com uso de produtos terapêuticos, aparelhos, poltronas de massagem e outros equipamentos e dispositivos específicos.

O massoterapeuta ou massagista é o profissional que atua em serviços de massagens, sendo que para atuar na área é necessária a formação em curso técnico de massoterapia. O Ministério da Educação, para fins de formação técnica, exige o cumprimento de carga horária de no mínimo 1.200 horas.

Para se entender um pouco sobre o ramo de serviços de massagens, é preciso conhecer três características de mercado que influenciam o negócio.

1. Mercado consumidor: Para além do tradicional público feminino, o mercado consumidor dos serviços de uma empresa de massagem foi ampliado. Atualmente, há pacotes de serviços que visam o atendimento conjunto de casais, de grupos de amigos e de equipes de empresas. Além disso, o público da terceira idade também tem ampliado.

Outro ponto interessante no mercado consumidor dos serviços de massagem é o público masculino que tem um grande potencial de consumir serviços específicos de moda e beleza, pois se preocupa cada vez mais com cuidados estéticos e com estilo. Há empresas especializadas que contemplam espaços de vivência exclusivos para esse público para que eles se sintam mais à vontade para conhecer e explorar as opções de serviços.

O mercado consumidor, entendido no contexto de mercado de bem-estar, também pode ser avaliado sob a ótica do tipo de demanda. Com a vida moderna corrida na qual a dedicação ao trabalho ocupa parte significativa do tempo das pessoas, as opções de serviço expresso de qualidade também é uma grande oportunidade. Para além das tradicionais cadeiras de massagens disponíveis em shoppings e aeroportos, a possibilidade de instalação de pequenos quiosques com atendimento mais qualificado e complementar também é uma oportunidade para atender a esse mercado consumidor que pouco tempo dispõe para cuidados com o corpo.

Outro ponto importante sobre o mercado consumidor é a popularização desse tipo de serviço. A quantidade de pessoas que gostariam e que se propõem a investir no bem-estar tem aumentado. Basta dar uma olhada nas redes sociais para verificar a adesão das pessoas a esse tipo de serviço com o objetivo de bem-estar e até mesmo com o objetivo de lazer.

2. Mercado concorrente: Da mesma forma que o mercado consumidor, a quantidade de estabelecimentos de massagem tem aumentado assim como a diversidade entre eles, tanto em termos de serviço como em termos de público e do tipo de oferta. Um ponto importante para análise da concorrência é a existência de franquias já consolidadas e outras que estão abrindo mercado. Para verificar a concorrência direta e indireta, é necessário avaliar os tipos de estabelecimento e proposta de valor da concorrência, principais métodos utilizados, horários e demais variáveis que possa trazer um diferencial ao negócio.

3. Mercado fornecedor: O mercado fornecedor para este tipo de negócio vai desde aqueles que dispõem de aparelhos e equipamentos (tradicionais e novos com alta tecnologia), passando por aqueles que ofertam os insumos necessários à realização dos procedimentos (entre produtos de massagem, aromáticos, terapêuticos e decorativos), até os profissionais de executam os serviços.

3. Localização

Escolher a localização ideal é fundamental para o sucesso do seu negócio. A decisão envolve mais do que apenas encontrar um espaço disponível; é sobre atrair o seu público-alvo e otimizar a rentabilidade. Vamos analisar os fatores-chave para garantir que você faça

escolha certa.

Público-alvo e Proposta de Valor: O primeiro passo é definir claramente seu público e o tipo de serviço oferecido. Um spa de massagem expressa em shoppings ou aeroportos, por exemplo, direciona-se a um público que busca praticidade e rapidez. Já um spa focado em bem-estar e relaxamento, com tratamentos mais sofisticados, atrai clientes que valorizam um ambiente tranquilo e elegante, possivelmente em um bairro residencial ou próximo a hotéis, permitindo parcerias estratégicas. Analise sua proposta e defina o perfil ideal do seu cliente (faixa etária, renda, estilo de vida) para direcionar a sua busca.

Custos e Viabilidade: O aluguel é um dos principais custos fixos. Pesquise valores de mercado na região escolhida, levando em conta não apenas o aluguel em si, mas também taxas de condomínio, IPTU, reformas e possíveis custos adicionais. Equilibre a atratividade do local com a sua capacidade financeira, garantindo que os custos não comprometam a lucratividade do negócio. Analise contratos de aluguel cuidadosamente, verificando prazos, condições de renovação e cláusulas de reajuste.

Vizinhança e Concorrência: Observe o ambiente ao redor. A presença de empresas complementares (estéticas, academias, etc.) pode atrair um público semelhante, enquanto a proximidade de concorrentes diretos exige uma análise mais profunda de diferenciação e estratégia de preços. Considere o fluxo de pessoas na região e a visibilidade do seu estabelecimento.

Acessibilidade e Conveniência: A acessibilidade é fundamental. Disponibilidade de estacionamento, acesso para pessoas com deficiência e proximidade a transporte público impactam diretamente na experiência do cliente. Avalie a possibilidade de parcerias com estacionamentos próximos caso não haja espaço próprio. Um local de fácil acesso aumenta a probabilidade de fidelização.

Legalização e Regulamentação: Antes de fechar qualquer negócio, verifique a legislação local. Certifique-se de que o imóvel possui o alvará de funcionamento (Habite-se), atende às normas de zoneamento e que as suas atividades estão de acordo com as leis municipais. Verifique também as exigências do Corpo de Bombeiros e a possibilidade de instalação de placas e letreiros.

Potencial de Crescimento: Escolha um local que permita a expansão do seu negócio no futuro. Considere o espaço disponível para crescimento e adaptação às futuras demandas.

Em resumo, a escolha da localização ideal é uma decisão estratégica que exige pesquisa cuidadosa e planejamento. Equilibrando os fatores acima, você estará construindo uma base sólida para o sucesso do seu negócio.

4. Exigências Legais e Específicas

Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento. Ou seja, após a escolha do imóvel, faça esta consulta antes mesmo de firmar contrato de locação, pois só assim poderá saber se haverá possibilidade de constituir a empresa no local escolhido.

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual

em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Para registrar uma empresa, a primeira providência é contratar um contador profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar registro de empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual da Fazenda;
- Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal: empresa ficará obrigada a recolher a contribuição sindical patronal, por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite-se” pela prefeitura.

É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) que regula a relação de consumo em todo o território brasileiro, buscando equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores. O CDC só se aplica às operações comerciais em que haja relação de consumo.

A Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças, etc.

Além dessas, o empreendedor precisa observar outras orientações e exigências legais específicas como as descritas a seguir:

- Lei nº 3.968, de 5 de outubro de 1961, dispõe sobre o exercício da profissão de massagista e dá outras providências.
- Lei nº 5.991, de 17 de dezembro de 1973, que dispõe sobre o controle sanitário do comércio de cosméticos.
- Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, que trata sobre as normas de vigilância sanitária para diversos produtos, entre eles os produtos de higiene e os cosméticos.

funcionamento de empresas sujeitas ao licenciamento sanitário

- Lei nº 12.592, de 18 de janeiro de 2012, que dispõe sobre o exercício das atividades profissionais de Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador.

- RDC Anvisa 6/2010 - Estende a aplicação do cadastramento para produtos para saúde aos fios têxteis com propriedades térmicas, indicados para composição de vestimentas com efeitos terapêuticos, de embelezamento ou correção estética.

- RE Anvisa 1554/2002 - Enquadramento dos aparelhos ativos, eletroestimuladores, para utilização em educação física, embelezamento e correção estética na classe de risco II, Regra 9, conforme previsto pelo parágrafo único do Art. 1º da Resolução - RDC nº 185, de 22 de outubro de 2001.

- RDC Anvisa 56/2009 – Proíbe em todo território nacional o uso dos equipamentos para bronzeamento artificial, com finalidade estética, baseada na emissão da radiação ultravioleta (UV).

- (Anvisa) Portal eletrônico para a verificação de produtos devidamente registrados: <http://portal.anvisa.gov.br/consulta-produtos-registrados>

- (Anvisa) Sobre cosméticos:

a) Informações sobre estética com segurança:

<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/campanhas/estetica>

b) Registros e Autorizações de Cosméticos:

<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/campanhas/estetica/consulta-de-cosmeticos>

5. Estrutura

O sucesso de um negócio de serviços de massagem depende de diversos fatores, e a estrutura física desempenha um papel crucial. O tipo de espaço ideal varia de acordo com o público-alvo e os serviços oferecidos, impactando diretamente no investimento inicial. Opções incluem quiosques, lounges (quiosques maiores) e lojas completas, cada uma com suas particularidades.

Uma estrutura mínima eficiente deve incluir uma recepção, salas de massagem e banheiros (e possivelmente vestiários). A recepção, o primeiro ponto de contato com o cliente, precisa ser funcional e acolhedora. Um balcão com sistema informatizado para cadastro e controle de serviços, além de telefone, é essencial. O design deve ser atraente e a equipe, ágil e eficiente, conduzindo os clientes com rapidez e praticidade até suas salas.

As salas de massagem precisam ser espaçosas o suficiente para acomodar os equipamentos necessários para cada tipo de procedimento, com uma disposição funcional e decoração

alinhada à proposta da empresa. A iluminação e a temperatura ambiente devem ser cuidadosamente planejadas para criar um ambiente relaxante e propício à massagem.

Considerar o estacionamento é fundamental. Seja disponibilizando vagas próprias ou firmando parcerias com estacionamentos próximos, a facilidade de estacionamento pode ser um grande diferencial competitivo.

A crescente conscientização ambiental impulsiona a busca por práticas sustentáveis. Integrar conceitos de sustentabilidade à estrutura do negócio pode atrair clientes preocupados com o meio ambiente e agregar valor à marca. Isso pode incluir o uso estratégico de iluminação natural, maximizando a luz solar para reduzir o consumo de energia, e um projeto arquitetônico que facilite a expansão futura do espaço, minimizando desperdícios de materiais de construção e obras desnecessárias.

Em resumo, a estrutura de um espaço de massagem requer planejamento detalhado. Cada elemento, desde a recepção até as salas de massagem e o estacionamento, deve ser cuidadosamente considerado para garantir o conforto e a satisfação dos clientes, além de atender às regulamentações pertinentes. A estrutura física bem planejada é um investimento estratégico para o sucesso do negócio, proporcionando uma experiência memorável e incentivando a fidelização dos clientes. Lembre-se que a primeira impressão é fundamental e um ambiente bem estruturado transmite profissionalismo e confiança.

6. Pessoal

O sucesso de um negócio de serviços de massagem depende diretamente da qualidade da sua equipe. A quantidade de profissionais varia conforme o porte do empreendimento e os serviços oferecidos. Imagine um cenário ideal: você conta com um(a) recepcionista (CBO 4221-05) para garantir um atendimento impecável, agendar consultas e gerenciar as redes sociais. Três massagistas qualificados (CBO 3221-20) formam o núcleo da sua operação, aplicando massagens com excelência técnica, atendendo às necessidades específicas de cada cliente, sejam elas estéticas ou terapêuticas.

Para além do número de funcionários, a segurança e a saúde ocupacional são primordiais. Capacitações regulares sobre o manuseio de produtos e equipamentos, além do uso correto de EPIs (Equipamentos de Proteção Individual), são investimentos indispensáveis para a proteção da sua equipe e a prevenção de acidentes. O ambiente de trabalho deve ser ergonomicamente adequado para evitar sobrecargas físicas.

Como empreendedor, você desempenhará um papel multifacetado, assumindo as responsabilidades administrativas, financeiras, de gestão de estoque e recursos humanos. Um conhecimento sólido de gestão de negócios, do processo produtivo e do mercado é crucial para o seu sucesso.

O atendimento ao cliente é fundamental. Neste segmento, a fidelização e as indicações são motores de crescimento. Invista em treinamentos contínuos que aprimorem não apenas as habilidades técnicas dos seus profissionais, mas também suas competências em relacionamento interpessoal e atendimento ao cliente.

A atualização contínua é vital. Participe de seminários, congressos e cursos para se manter atualizado sobre as últimas tendências do setor, novas técnicas de massagem e os avanços

tecnológicos. O mercado de serviços de massagem está em constante evolução, e a sua atualização reflete diretamente na qualidade dos serviços oferecidos e na competitividade do seu negócio.

A capacitação da sua equipe é o investimento mais importante na gestão de pessoas. Profissionais qualificados são mais comprometidos, demonstram maior retenção e impulsionam a performance da sua empresa. O treinamento deve focar no desenvolvimento de competências essenciais, como: a capacidade de percepção das necessidades do cliente, agilidade e presteza no atendimento, clareza na explicação dos procedimentos e a motivação para o crescimento conjunto.

Lembre-se: a Convenção Coletiva do sindicato dos trabalhadores serve como referência para salários e relações trabalhistas. O Sebrae é um excelente aliado na orientação sobre o perfil ideal da sua equipe e sobre os melhores programas de treinamento. Construa uma equipe engajada e bem treinada: o sucesso do seu negócio depende disso.

7. Equipamentos

Abrir um negócio de massagem exige planejamento cuidadoso, e a escolha dos equipamentos tem grande importância para o sucesso do negócio. A tecnologia e os recursos disponíveis podem elevar a sua experiência e a dos seus clientes, criando um ambiente relaxante e profissional. Lembre-se que a higiene e a manutenção regular dos equipamentos são imprescindíveis, garantindo a segurança e a satisfação de todos.

A disposição dos equipamentos também influencia a atmosfera do seu espaço. Um layout bem pensado, considerando ambientação, decoração, circulação, ventilação e iluminação, contribui para uma experiência relaxante. Na área externa, a fachada, letreiros, entradas, saídas e estacionamento também são importantes para atrair clientes.

Abaixo, apresentamos uma lista de equipamentos essenciais para iniciar um espaço de massagem, considerando um cenário atual de mercado. Os preços são estimativas e podem variar dependendo da marca e fornecedor. Pesquise e compare preços antes de fazer suas compras!

Equipamentos para a Área Administrativa:

Equipamentos e Acessórios

Quantidade

Valor Estimado (R\$)

Total (R\$)

Notebook

1

2.500,00

2.500,00

Impressora Multifuncional (com scanner e copiadora)

1

1.500,00

1.500,00

Telefone (fixo ou celular empresarial)

2

150,00

300,00
Mesa de escritório
2
600,00
1200,00
Cadeira de escritório
2
200,00
400,00
Armário para escritório
1
500,00
500,00
INVESTIMENTO

6400,00

Sala de massagens:

Equipamentos e acessórios

Quant

Valor

Total

Macas de massagens

3

R\$ 1.200,00

R\$ 3.600,00

Colchões especiais

3

R\$ 1.800,00

R\$ 5.400,00

Cadeiras de massagens

3

R\$ 420,00

R\$ 1.260,00

Cadeiras para alongamento

3

R\$ 350,00

R\$ 1.050,00

Massageador

3

R\$ 620,00

R\$ 1.860,00

INVESTIMENTO

R\$ 13.170,00

INVESTIMENTO TOTAL: R\$ 18.478,00

8. Matéria Prima/Mercadoria

Abrir um negócio de massagem exige planejamento cuidadoso, e a gestão de materiais é fundamental para o sucesso. A quantidade de insumos varia de acordo com os serviços oferecidos, envolvendo cremes, óleos, sais de banho, argilas, velas aromáticas, esfoliantes, materiais descartáveis (lençóis, toalhas etc.), e até mesmo bebidas e alimentos, caso incluídos em pacotes especiais. Além disso, toalhas, roupões e outros acessórios para os clientes também devem ser contabilizados.

Localizar fornecedores confiáveis é essencial, assim como a avaliação da disponibilidade constante de produtos com a qualidade desejada, considerando o custo e o tempo de entrega. Fornecedores locais podem garantir entregas mais rápidas e reduzir custos, mas se a oferta local for insuficiente, a busca por fornecedores em outras regiões ou até mesmo internacionalmente pode ser necessária. Lembre-se: estoques grandes implicam capital parado e possíveis perdas com produtos vencidos ou danificados.

O controle de estoque deve ser bem elaborado para equilibrar oferta e demanda, otimizando o capital de giro. Monitore três indicadores-chave:

- Giro de estoques: A frequência com que o investimento em estoque é recuperado através das vendas. Um giro maior indica eficiência, favorecido por entregas frequentes de fornecedores em lotes menores.

- Cobertura de estoques: O tempo que o estoque atual cobre as vendas futuras sem reposição. Manter um nível adequado evita rupturas no atendimento.

- Nível de serviço ao cliente: A porcentagem de demandas atendidas sem falta de materiais. Um alto nível demonstra eficácia na gestão de estoque.

Se você planeja vender produtos adicionais (como aparelhos, cosméticos ou velas aromáticas), a gestão de estoque se torna ainda mais importante. Certifique-se de que todos os produtos estejam com as devidas autorizações da Anvisa, verifique sempre a data de validade e mantenha um controle rigoroso para evitar perdas e garantir a conformidade legal.

Lembre-se: uma gestão eficiente de materiais não apenas reduz custos e otimiza o fluxo de caixa, mas também garante a satisfação do cliente e a sustentabilidade do seu negócio de massagem. Planeje com cuidado, monitore seus indicadores e adapte sua estratégia conforme necessário para construir um empreendimento bem sucedido.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo, ou seja, a sequência de atividades com o objetivo de prestar um serviço de massagem, contém, basicamente, as seguintes etapas:

Figura 1 - Processo produtivo

Divulgação e publicidade – responsável por transmitir a imagem do estabelecimento aos potenciais clientes, divulgando a proposta da empresa, o catálogo de serviços e os valores. Como diferencial poderá ser divulgado fotos, tanto em site próprio, blogs e redes sociais demonstrando os serviços prestados no serviço de massagem.

Recepção e Atendimento ao cliente – responsável pelo cadastramento, agendamento de horários, recepção e registro dos serviços personalizados a serem realizados, acomodação enquanto o cliente espera o seu horário, encaminhamento aos profissionais atendentes, cobrança de valores, manutenção de registros que definem o perfil do cliente para futuras ações de pós-venda e fidelização.

Realização de procedimentos de massagem: execução dos procedimentos de massagens, com finalidade terapêuticas e/ou estéticas.

Paralelamente, outros processos devem ser realizados em suporte ao processo principal como a higienização de aparelhos, equipamentos, acessórios e instalações físicas. A manutenção dos equipamentos e aparelhos é outro processo de suporte essencial à atividade.

Os serviços administrativos e financeiros também devem ser considerados. Normalmente realizado pelo empreendedor ou gerente responsável, envolve gestão da equipe de profissionais, acompanhamento e controle das atividades, compras, finanças, divulgação do negócio, contratação de pessoas e outros serviços correlatos.

10. Automação

No competitivo mercado de serviços de massagem, a automação é a chave para otimizar operações, economizar tempo e impulsionar o crescimento. Os softwares de gestão

são ferramentas essenciais para agendar consultas, gerenciar clientes e controlar o financeiro. Assim é possível se concentrar em oferecer boas experiências aos seus clientes.

Funcionalidades como integração de agenda online, gestão de estoque (caso você venda produtos), controle financeiro completo (contas a pagar/receber, relatórios de lucros e despesas), e até mesmo marketing automatizado para fidelizar seus clientes podem ser oferecidos pelos softwares de gestão.

O mercado oferece diversas opções, com diferentes preços e funcionalidades. Antes de escolher, avalie suas necessidades: precisa de um sistema simples para agendamento e controle financeiro, ou algo mais completo com gestão de estoque e marketing integrado? Leve em conta também o custo (incluindo taxas mensais de manutenção e suporte), a facilidade de uso e a integração com outros sistemas que você já utiliza.

Algumas plataformas populares que podem ser adaptadas para serviços de massagem incluem:

- Sistemas de agendamento online: Calendly, SimplyBook.me (permite integração com outras plataformas e oferece recursos de marketing)
- Softwares de gestão empresarial: (Pesquise por opções voltadas para pequenas empresas e serviços de beleza, muitos oferecem testes gratuitos). Considere as funcionalidades de gestão financeira, controle de estoque (se aplicável), e gestão de clientes.
- Soluções de CRM (Customer Relationship Management): Ajudam a organizar informações de clientes, personalizar interações e fidelizar a clientela.

Investir em automação é investir no sucesso do seu negócio. Automatizar tarefas administrativas permite que você dedique mais tempo ao atendimento personalizado, à criação de pacotes de serviços atraentes e ao desenvolvimento da sua marca. Lembre-se que o foco na experiência do cliente é importante, e a tecnologia pode ser sua aliada nesse processo. Comece pequeno, escolha um sistema que se encaixe no seu orçamento e necessidades e, gradualmente, vá implementando novas ferramentas que irão otimizar ainda mais suas operações.

11. Canais de Distribuição

Os canais de distribuição são os meios pelos quais o empreendedor entrega o seu serviço ao cliente final, no local certo e na hora esperada pelos clientes. É a resposta às seguintes perguntas: Como o serviço chega ao cliente? Ou, de modo geral, qual a estratégia da empresa para que o cliente chegue à sua empresa?

Para responder, e assim definir seus canais de distribuição e venda, é preciso considerar, minimamente, quatro fatores: (1) serviço; (2) estratégias de disponibilização dos serviços; (3) preço; (4) estratégia de captação e manutenção dos clientes.

Sobre o fator 1, serviço, a decisão consiste em definir os serviços (e eventualmente produtos) ofertados e a forma de prestá-los. Essa decisão orienta a estratégia de valor e a forma que os profissionais devem realizar o serviço. Primeiro define-se o cardápio de serviços entre os quais pode-se citar estética corporal com aparelhos, estética corporal por procedimentos, estética facial, massagens diversas (massagem relaxante; massagem Ayurvédica; massagem facial; massagem modeladora;

Noivos), aulas de ioga, banhos aromáticos, banho de lua (esfoliação, hidratação corporal e descoloração dos pelos), drenagem linfática corpo e facial, escalda-pés, esfoliação corporal, hidratação corporal e limpeza de pele, entre outros.

Depois de definidos os serviços, o empreendedor também deve decidir sobre a proposta de valor a ser entregue aos clientes, ou seja, é preciso decidir se prestará um serviço simples e de qualidade, se será um serviço requintado, se será um serviço expresso, se o foco será em saúde, estética, bem-estar ou aliado a lazer.

Ainda pode entrar nessa decisão do fator serviço, o tipo de público a ser atendido. Pode-se montar pacotes individuais, para grupos, para noivos, para família ou pode-se optar por espaços exclusivos para o público masculino, entre outras opções vislumbradas pelo empreendedor.

Sobre o fator 2, relacionado à estratégia de disponibilização dos serviços, é preciso levantar e avaliar pontos como a localização e a forma como os serviços são prestados. Ou seja, é preciso definir se a prestação do serviço se dará apenas nas instalações da empresa, no domicílio do cliente, em unidades parceiras, em quiosques ou lounges, em locais mais reservados ou de grande circulação para uma proposta de serviço expresso. Esse é o ponto que orienta a estratégia de onde e como estar para atender o cliente.

O fator 3 refere-se à definição dos preços dos serviços. Para além da verificação do custo e da margem de lucro, é preciso definir os demais critérios a serem considerados para definição dos preços. Isso depende, em alguma medida, do público-alvo que se pretende atingir. Aqui também devem ser considerados as formas de pagamento pelo cliente e as parcerias com outras empresas.

O quarto fator refere-se às estratégias da empresa para manter os clientes que já consumiram os serviços da empresa e para fazer com que novos clientes busquem seus serviços. Essa estratégia depende muito do perfil do público-alvo incluindo aqui seu comportamento, sua localização, suas preferências, seu poder aquisitivo entre outros.

O quinto fator refere-se às estratégias da empresa para manter os clientes que já consumiram os serviços da empresa e para fazer com que novos clientes busquem seus serviços. Essa estratégia depende muito do perfil do público-alvo incluindo aqui seu comportamento, sua localização, suas preferências, seu poder aquisitivo entre outros.

12. Investimentos

O investimento inicial ao abrir um negócio de serviços de massagem varia consideravelmente, dependendo do porte do empreendimento (espaço físico, equipamentos, número de terapeutas), localização e serviços oferecidos. Não existe um valor fixo, mas sim estimativas que precisam ser individualizadas para cada projeto.

Podem-se considerar os seguintes fatores: aluguel ou compra do espaço, equipamentos (mesas de massagem, óleos, lençóis, etc.), materiais de marketing e divulgação, registro e licenças, capital de giro para os primeiros meses (cobrindo despesas como aluguel, contas, salários e marketing até que o negócio se torne lucrativo).

Pesquisas recentes indicam que modelos mais enxutos, como home offices ou pequenas

salas compartilhadas, podem reduzir significativamente os custos iniciais. No entanto, mesmo esses modelos exigem um planejamento financeiro detalhado, incluindo a reserva para imprevistos. O ideal é elaborar um plano de negócios completo, incluindo projeções financeiras realistas, para determinar o investimento necessário.

Você pode buscar financiamento através de diversas fontes, como bancos (consultando linhas de crédito para micro e pequenas empresas), programas governamentais de apoio ao empreendedorismo (como os oferecidos pelo SEBRAE e outros órgãos regionais), e até mesmo plataformas de crowdfunding. O SEBRAE, em especial, oferece consultorias gratuitas ou a baixo custo para ajudar na elaboração do plano de negócios e na busca por financiamento.

Lembre-se: um plano de negócios bem estruturado é fundamental para atrair investidores e garantir o sucesso do seu negócio. Ele deve apresentar claramente seu modelo de negócio, análise de mercado, projeções financeiras, estratégia de marketing e plano operacional. Não hesite em buscar aconselhamento profissional nesse processo. Com planejamento e dedicação, seu negócio de massagem adquire um grande potencial.

13. Capital de Giro

O capital de giro é uma parte do investimento que compõe uma reserva de recursos que devem ser usados para necessidades financeiras. É o valor necessário para a empresa fazer seus negócios acontecerem (girarem). É o dinheiro necessário para bancar o funcionamento da empresa e suportar as oscilações de caixa. Em suma, é a parte do patrimônio que sofre constante movimentação.

É importante, portanto, administrar o capital de giro, avaliando o momento atual, as faltas e as sobras de recursos. Ele garante a saúde financeira da empresa e proporciona a manutenção dos estoques, além de assegurar o pagamento aos fornecedores, dos impostos, salários e demais custos. Tudo depende de um planejamento, detalhando os custos de curto e de longo prazo e as previsões de receitas.

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento e quanto maior o prazo de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro do negócio. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

Sempre será muito útil que se tenha certo montante de recursos financeiros reservado para que o negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente para uma boa

problemas de última hora.

Entre as dicas para se ter um capital de giro saudável estão: identificar e cortar gastos, ficar sempre atento ao fluxo de caixa; ter disciplina, ser exigente com o controle financeiro, possuir um controle orçamentário rígido; saber negociar com os fornecedores e os clientes, procurar as melhores formas de pagamento e de prazos, antecipar pagamentos a receber (PORTAL SEBRAE).

Recomenda-se em pensar uma margem de lastro para no mínimo 3 meses. Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

14. Custos

Conhecer os custos é imprescindível para o sucesso o negócio. Custo e despesa são conceitos distintos. Custos são gastos que dizem respeito ao que é produzido pela empresa, possuem relação direta com a atividade-fim, tais como matéria prima, mão de obra. Já as despesas não possuem ligação direta com a atividade central do negócio, são os gastos relativos à administração: área de marketing, desenvolvimento de produtos, tais como água, energia, internet, aluguel, materiais de escritório, impostos, contador. Para fazer a diferenciação basta se perguntar se eliminando o gasto, a produção seria afetada. Caso a resposta seja afirmativa, trata-se de um custo.

Para estimar os custos de uma empresa de massagem, é preciso avaliar o tamanho da estrutura, o volume de serviços, a quantidade de funcionários, despesas fixas. É fundamental levantar esses valores totais para realizar um controle sobre todos os custos do empreendimento. Isso ajudará a reduzir desperdícios, controlar as despesas internas. A gestão de custos é o gerenciamento inteligente dos gastos de uma organização e é essencial para manter o bom funcionamento do negócio, tornando-o mais competitivo, evitando prejuízos e permitindo um crescimento sustentável da empresa.

Tomando como base um espaço para massagem, os custos estimados para a operação do negócio são:

CUSTOS VARIÁVEIS

Item

Quantidade

Valor

Salários, comissões e encargos

(salário médio do massoterapeuta é R\$ 1.296,00 e o teto R\$ 2.145,92.

Salário mediana de recepcionista: R\$ 1.240,00 e o teto R\$ 1.993,76))

4

R\$ 8.400,00

Alimentação e transporte

4

R\$ 2.564,00

Matéria-prima e insumos

1

R\$ 250,00

Armazenamento e transporte

1

R\$ 400,00

Manutenção corretiva

1

R\$ 300,00

TOTAL

R\$ 11.914,00

DESPESAS

Item

Quantidade

Valor

Aluguel (se for o caso), condomínio

1

R\$ 3.000,00

Água

1

R\$ 200,00

Luz

1

R\$ 350,00

Internet

1

R\$ 200,00

Impostos, tributos, taxas

1

R\$ 1.920,00

Assessora contábil

1

R\$ 600,00

Materiais de escritório

1

R\$ 100,00

Materiais de limpeza, manutenção

1

R\$ 200,00

Telefone

1

R\$ 200,00

Propaganda, publicidade

1

R\$ 300,00

TOTAL

R\$ 6.650,00

Dessa forma, o custo total seria R\$ 18.564,00 (dezoito mil e quinhentos e sessenta e quatro reais) mensal. Importante registrar, novamente, que são apenas estimativas e podem variar de cidade para cidade.

15. Diversificação/Aggregação de Valor

Identificar um diferencial em relação aos concorrentes e vê-lo reconhecido pelo consumidor significa vantagem para uma frente em relação às demais empresas do mercado. Observe que não basta oferecer algo que os concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo a mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto/serviço prestado.

Há duas formas clássicas de estratégia de agregação de valor: de custo ou de diferenciação.

Na estratégia de custos, na qual o empreendedor pratica um preço mais baixo que os concorrentes, é preciso ter uma grande quantidade de clientes para ter lucro. Afinal, nessa estratégia, a empresa não possui a mesma margem de lucro que locais mais caros. Importante lembrar que esta alternativa precisa ser percebida pelo cliente como algo valoroso. Se o preço não for um fator importante para o público-alvo definido, esta estratégia de diferenciação por custo não é a adequada ao seu negócio.

Ao optar por essa estratégia de custos, o cuidado com custos administrativos reduzidos deve ser redobrado, pois vão impactar diretamente no resultado financeiro final.

Na estratégia de diferenciação, é fundamental pensar em oferecer algum valor agregado ao seu cliente diferente de preço. Como já citado anteriormente, a empresa pode optar por um serviço mais exclusivo e requintado, ou pode optar por um serviço expresso com qualidade, ou conjugado outros serviços agregados, como ioga ou acupuntura por exemplo, ou ainda ofertar pacotes para grupos específicos com programação personalizada, ou ainda pode optar por um determinado público, como o masculino, por exemplo, que até então tinha um pouco mais de resistência na compra desse tipo de serviço. Nesse último caso, uma dica é oferecer um espaço de vivência, que seja exclusivo para esse público, para que eles se sintam mais à vontade para conhecer e explorar as opções.

Para a definição da estratégia e do valor agregado, é importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar um produto diferenciado ao cliente.

Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante, tendo em vista o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes e cativar novos.

O empreendedor também deve manter-se sempre atualizado com as novas tendências, novas técnicas, novos métodos, por meio da leitura de sites, colunas de jornais e revistas especializadas, pois a agregação de valor pode acontecer das mais

Após levantamento de possibilidades de agregação de valor, o passo seguinte é avaliar a compatibilidade da estratégia com seu empreendimento e sua capacidade de investimento.

16. Divulgação

A forma de comunicação com o público-alvo é de suma importância no desenvolvimento da estratégia de divulgação dos serviços prestados. Uma boa divulgação pode gerar resultados positivos à empresa, aumentando o número de pessoas interessadas nos produtos e serviços divulgados, o que pode ocasionar um aumento da procura pelos serviços oferecidos pelo empreendimento.

Entre as formas mais eficientes para a divulgação do empreendimento pode-se citar a internet, que já se consolidou como a principal ferramenta de comunicação entre as pessoas, se tornando em nossos dias como uma das mais efetivas, se destacando na promoção e divulgação de empreendimentos.

As redes sociais utilizadas no formato de marketing digital também têm evoluído de forma significativa na divulgação dos serviços ofertados. Os empreendimentos cada dia mais utilizam os recursos disponíveis nas redes sociais (geralmente Facebook, Instagram e Twitter) para divulgar os serviços e produtos oferecidos. Ressalta-se que esse tipo de comunicação apresenta custo relativamente baixo e com forte e crescente apelo popular.

Nota-se, também, que as empresas que utilizam o marketing digital têm tido seu destaque no mercado empreendedor, fazendo com que a oferta de produtos e serviços possam ser apresentados de forma instantânea, com custos relativamente inferiores às formas tradicionais de divulgação.

O Sebrae disponibiliza o material “10 dicas para seu negócio bombar nas redes sociais”, no site

[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3ea04204d20069890db71fcef72051c/\\$File/19268.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3ea04204d20069890db71fcef72051c/$File/19268.pdf) para dar suporte ao empreendedor que deseja utilizar esse formato de divulgação em seus negócios.

Na medida do interesse e das possibilidades do empreendedor, e da característica da clientela de um espaço de massagem, a divulgação também pode se dar por meios tradicionais, como propagandas em rádios locais, TV locais, panfletos, anúncios em jornais de bairro, jornais de circulação local, sites, rádio, revistas e/ou outdoor; e até divulgação nos próprios produtos como embalagens customizadas, cartões-fidelidade, etc.

Um meio indireto de divulgação é através de clientes que saíram satisfeitos e bem atendidos. Por recomendação deles, novos clientes poderão procurar pelo produto ou serviço oferecido. A propaganda “boca a boca” é fator de fortalecimento para a empresa. As opções de cartão presente também podem ser uma forma de divulgação interessante.

Antes de iniciar efetivamente o processo de divulgação, é importante ter definido o logotipo, a identidade visual do estabelecimento e ter disponível o material de apoio à divulgação, como cartões, sites, redes sociais. Pode-se contratar um profissional de marketing e comunicação para desenvolver campanha específica.

superar as expectativas dos clientes.

17. Informações Fiscais e Tributárias

Abrir um negócio de serviços de massagem é uma excelente oportunidade, porém deve-se compreender e cumprir as obrigações fiscais. Este guia oferece uma visão geral, mas lembre-se: a consulta a um contador é fundamental para o seu enquadramento específico.

O primeiro passo é definir o enquadramento da sua empresa. Para pequenos negócios, o Simples Nacional é uma opção atrativa, permitindo o recolhimento unificado de impostos como IRPJ, CSLL, PIS, COFINS, CPP, ICMS (se aplicável) e ISS (para serviços de massagem) em um único documento, o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), acessível pelo Portal do Simples Nacional. A receita bruta anual não pode ultrapassar R\$ 360 mil para microempresa e R\$ 4,8 milhões para empresa de pequeno porte. É importante verificar se a sua atividade se enquadra nas regras do Simples Nacional, consultando a legislação vigente.

O site Gov.br traz informações sobre as empresas que podem optar pelo Simples:

<https://www.gov.br/pt-br/servicos/optar-pelo-simples-nacional>

Para empresas que ultrapassam os limites do Simples Nacional ou preferem outros regimes, existem opções como o Lucro Presumido, onde o lucro é calculado com base na receita bruta, e o Lucro Real, com apuração mais detalhada. Cada regime tem suas particularidades e implicações tributárias, e a escolha dependerá do porte e da complexidade do seu negócio. A alíquota para o Lucro Presumido varia de acordo com a atividade.

Independentemente do regime escolhido, impostos estaduais e municipais, como o ICMS e o ISS, devem ser considerados. As alíquotas variam conforme a localização e a legislação específica de cada estado e município. É vital pesquisar as taxas locais e consultar um contador para obter informações precisas sobre sua região.

Lembre-se: este guia oferece informações gerais. A legislação tributária está em constante atualização, e buscar orientação profissional garante que você esteja em conformidade com todas as normas e aproveite as melhores oportunidades fiscais para o seu negócio. Um contador especializado poderá auxiliar na escolha do regime tributário mais adequado às suas necessidades, garantir o cumprimento das obrigações e otimizar sua carga tributária.

Inicie seu negócio de massagem com confiança e segurança, planejando bem seus aspectos financeiros e tributários.

18. Eventos

Congresso Estetika: www.congressoestetika.com.br

Feira Internacional de Cosméticos e Beleza: www.beautyfair.com.br

19. Entidades em Geral

Relação de entidades para eventuais consultas.

Anvisa: www.anvisa.gov.br

Conselho Brasileiro de Auto Regulação da Massoterapia:
www.conbramassoconselho.com.br

Associação Brasileira de Medicina Complementar:
www.medicinacomplementar.com.br

Sindicato Nacional dos Terapeutas Naturistas: www.sinaten.com.br

20. Normas Técnicas

Não existem normas técnicas aplicáveis para os serviços oferecidos em uma Clínica de Massagem, devendo ser observado com critério o que segue previsto no tópico exigências legais.

21. Glossário

Massoterapia: É um grupo de técnicas e procedimentos terapêuticos naturais, não invasivos, tradicionais e contemporâneos, que tem por objetivo manter a saúde e prevenir desequilíbrios, contribuindo assim na promoção do bem-estar e na melhor qualidade de vida.

Massoterapeuta: Profissional habilitado e especialista em aplicar as técnicas da massoterapia, possuem formação técnica específica, formados em cursos específicos.

Pen Henrik Ling: Pesquisador sueco que desenvolveu a chamada massagem sueca e/ou clássica, era ginasta e esgrimista, pesquisou os estilos de massagens antigas, como a dos romanos e chineses. Estudou a relação tipo de manobra versus velocidade e intensidade da mesma e qual efeito no organismo humano.

Massagem terapêutica: Massagem clássica ou tradicional, desenvolvida pelo sueco Per Henrik Ling. É um estilo de massagem que tem por finalidade básica a limpeza muscular por retorno venoso.

Shiatsu: Tipo de massagem criada pelos japoneses em 1868, advindo de um jogo japonês, a partir dos recursos de pressão dos meridianos com os dedos, que por sua vez tem origem no Do-in-chines. A palavra japonesa Shiatsu significa (“Atsu”) com os dedos (“Shi”).

Drenagem Linfática: Técnica de Massagem manual com o objetivo de tratar afecções crônicas das vias respiratórias superiores. A principal finalidade da drenagem linfática é esvaziar os líquidos e resíduos metabólicos, e estimular a circulação

Do-In: Técnica de automassagem de origem japonesa que utiliza os pontos dos meridianos energéticos do corpo humano, conhecido nas práticas da medicina tradicional chinesa, tais como a acupuntura. É uma técnica curativa e preventiva, aplicável em casos de moléstias crônicas.

Quick Massage: Denominação para tipo de massagem rápida, expressa, com duração de no máximo 15 e 20 minutos.

22. Dicas de Negócio

Para o sucesso do empreendimento, deverão ser tomadas diversas medidas que irão agregar valor ao serviço oferecido, um maior nível de satisfação, cativando os clientes e oferecendo serviços de alta qualidade.

Entre as diversas ações que deverão ser tomadas para a fidelização e satisfação dos clientes, podemos citar: Investimento em capacitação no segmento, investimento em divulgação, conhecimento do mercado, fidelização de clientes, planejamento e gestão do empreendimento, qualidade no atendimento.

O empreendedor deve buscar contínuo aperfeiçoamento das atividades necessárias para a excelência do negócio, buscando informações em cursos, eventos relacionados ao tema, mídia especializada no assunto ou junto a profissionais que atuam na área. Além dessas características básicas é fundamental que os profissionais dessa área tenham habilidades tanto técnicas quanto humanas, visando a correta receptividade de seus clientes.

Outras dicas importantes para os interessados em abrir um espaço de massagens são: (a) a possibilidade de venda dos serviços em sites coletivos de compras, (b) promoções nas redes sociais; (c) parcerias com empresas, (d) opções de cartão presente, (e) no caso de foco no público masculino, um espaço exclusivo para eles, (f) pacotes para grupos como equipes empresariais, família, amigos.

É interessante a contratação de um seguro de responsabilidade civil para o local da prestação de serviços assegurando assim proteção tanto para os frequentadores do local, como também para os empregados que desenvolvem as atividades.

O empreendedor deverá acompanhar constantemente o desempenho dos concorrentes, suas práticas, inovações em relação aos serviços ofertados.

23. Características Específicas do Empreendedor

Ser empreendedor é ser dono do seu próprio negócio. Abrir uma empresa requer preparo, planejamento, cuidados, foco. O empreendedor deve estar atento às necessidades dos seus clientes e comprometido com o seu negócio. É aconselhável uma autoanálise para verificar qual a situação do empreendedor frente ao conjunto de características desejáveis, visando identificar oportunidades de desenvolvimento. Além de conhecer as características do seu produto/serviço é preciso também possuir características empreendedoras:

- Iniciativa e proatividade: mostrar que é engajado e quer crescer, demonstrar

organização, conhecer bem o ramo do negócio;

- Autoconfiança: confiar em si mesmo para tomar decisões, arriscar, buscar novas soluções;
- Análise e planejamento: analisar a concorrência, a economia, setores ligados ao negócio, o mercado, saber sobre o funcionamento da empresa, pesquisar e observar permanentemente o mercado;
- Conexão e criatividade: estar atento às inovações e mudanças no mercado;
- Controle: não esquecer quem está no controle, saber administrar todas as áreas;
- Liderança: liderar com eficácia, planejar, dividir funções, estabelecer metas, liderar a equipe de profissionais;
- Persistência e otimismo: para driblar os possíveis problemas;
- Aprendizagem contínua: buscar se capacitar sempre;
- Criatividade; buscar novos caminhos e soluções, estar disposto a inovar e promover mudanças;
- Comprometimento, determinação e perseverança: planejar o crescimento da empresa, cuidar da saúde financeira, manter clientes satisfeitos;
- Negociação: ser bom negociador para lidar com clientes e fornecedores, vender benefícios;
- Lidar bem com o fracasso: usar suas experiências ruins como formas de aprendizado;
- Eficiência: usar o dinheiro disponível com inteligência, estudando a melhor forma de aplicá-lo.

Para empreender um espaço de massagens, as competências necessárias que se destacam são:

- a) O empreendedor deverá ser muito bem informado sobre novos procedimentos, novos equipamentos e tecnologias, além de ter facilidade no relacionamento, ser dinâmico e inovador.
- b) Profissional com foco, de metas e de ações corretas na condução do negócio.
- c) Iniciativa, especialização da atividade, capacidade de planejamento e de liderança.

24. Bibliografia Complementar

Ideias de Negócios Sebrae. Disponível

em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-servico-de-massagem,bd987a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD#apresentacao-de->

em 12/03/2025.

CBO Recepcionista: Disponível em <https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/422105-recepcionista-em-geral>, acesso em 12/03/2025.

CBO massoterapeuta: Disponível em <https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/322120-massoterapeuta>, acesso em 12/03/2025.

Como funciona o capital de giro: www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-e-como-funciona-o-capital-de-giro,a4c8e8da69133410VgnVCM1000003b74010aRCRD, acesso em 12/03/2025.

6 franquias inovadoras para você conhecer (e investir). Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Franquias/noticia/2019/06/6-franquias-inovadoras-para-voce-conhecer-e-investir.html>, acesso em 12/03/2025.

25. Fonte de Recurso

O empreendedor pode buscar junto às agências de fomento linhas de crédito que possam ser utilizadas para ajudá-lo no início do negócio. Algumas instituições financeiras também possuem linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio e que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), em que o Sebrae pode ser avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidos alguns requisitos preliminares. Maiores informações podem ser obtidas na página do Sebrae na web:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/fampe>.

26. Planejamento Financeiro

Ao empreendedor não basta vocação e força de vontade para que o negócio seja um sucesso. Independentemente do segmento ou tamanho da empresa, é necessário que haja um controle financeiro adequado que permita a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos. Abaixo, estão listadas algumas sugestões que auxiliarão na gestão financeira do negócio:

FLUXO DE CAIXA

O controle ideal sobre as despesas da empresa é realizado por meio do acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro através do fluxo de caixa. Esse controle permite ao empreendedor visão ampla da situação financeira do negócio, facilitando a contabilização dos ganhos e gestão da movimentação financeira. À medida em que a empresa for crescendo, dificultando o controle manual do fluxo de caixa, tornando difícil o acompanhamento de todas as movimentações financeiras, o empreendedor poderá investir na aquisição de softwares de gerenciamento.

PRINCÍPIO DA ENTIDADE

O patrimônio da empresa não se mistura com o de seu proprietário. Portanto, jamais

lucratividade do negócio tende a não ser atingida, sendo ainda mais difícil reinvestir os recursos, gerados pela própria operação. É o caminho certo para o fracasso empresarial.

DESPESAS

O empreendedor deve estar sempre atento para as despesas de rotina como água, luz, material de escritório, internet, produtos de limpeza e manutenção de equipamentos. Embora pequenas, o seu controle é essencial para que não reduzam a lucratividade do negócio.

RESERVAS/PROVISÕES

Esse recurso funcionará como um fundo de reserva, o qual será composto por um percentual do lucro mensal - sempre que for auferido. Para o fundo de reserva em questão, poderá ser estabelecido um teto máximo. Quando atingido, não haverá necessidade de novas alocações de recursos, voltando a fazê-las apenas no caso de recomposição da reserva utilizada. Esse recurso provisionado poderá ser usado para cobrir eventuais desembolsos que ocorram ao longo do ano.

EMPRÉSTIMOS

Poderão ocorrer situações em que o empresário necessitará de recursos para alavancar os negócios. No entanto, não deverá optar pela primeira proposta, mas estar atento ao que o mercado oferece, pesquisando todas as opções disponíveis. Deve-se ter cuidado especialmente com as condições de pagamento, juros e taxas de administração. A palavra-chave é renegociação, de forma a evitar maior incidência de juros.

OBJETIVOS

Definidos os objetivos, deve-se elaborar e implementar os planos de ação, visando amenizar erros ou definir ajustes que facilitem a consecução dos objetivos financeiros estabelecidos.

UTILIZAÇÃO DE SOFTWARES

As novas tecnologias são de grande valia para a realização das atividades de gerenciamento, pois possibilitam um controle rápido e eficaz. O empreendedor poderá consultar no mercado as mais variadas ferramentas e escolher a que mais adequada para as suas necessidades.

27. Produtos e Serviços - Sebrae

Aproveite as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800.

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos online e gratuitos - <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

Para desenvolver o comportamento empreendedor

Empretec - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empretec>

Para quem quer começar o próprio negócio

As soluções abaixo são úteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar.

Plano de Negócios - O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conteudos/planodenegocio>

Para quem quer inovar

Ferramenta Canvas online e gratuita - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado: <https://www.sebraecanvas.com/#/>

Sebraetec - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraetec>

