

ETEC - Adolpho Berezin

**ABERTURA DE UMA CLÍNICA DE ESTÉTICA
ESTRATÉGIA, VIABILIDADE E TENDÊNCIAS NO MERCADO
DA BELEZA**

**Uma análise sobre as abordagens de procedimentos
faciais e corporais no contexto competitivo da estética
contemporânea**

**Maria Luiza Coelho Prado
Raiane de Souza Ignácio
Sofia Kruzynski Valentim de Melo
Thayná da Silva Santos**

**MONGAGUÁ
2026**

MARIA LUIZA COELHO PRADO

RAIANE DE SOUZA IGNÁCIO

SOFIA KRUYNSKI VALENTIM DE MELO

THAYNÁ DA SILVA SANTOS

**ABERTURA DE UMA CLÍNICA DE ESTÉTICA
ESTRATÉGIA, VIABILIDADE E TENDÊNCIAS NO MERCADO
DA BELEZA**

**Uma análise sobre as abordagens de procedimentos
faciais e corporais no contexto competitivo da estética
contemporânea**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de Técnico em Administração de empresas, no Eixo Tecnológico Gestão e Negócios, à Escola Técnica Estadual Adolpho Berezin, sob orientação dos Professores Armando Simitan Junior e Marcelo Hipólito de Moura.

MONGAGUÁ

2026

RESUMO

Este projeto final tem como objetivo analisar a viabilidade da abertura de uma clínica de estética, considerando aspectos estratégicos, financeiros, de mercado e operacionais. O estudo aborda o crescimento do mercado de beleza, as tendências do setor, os principais procedimentos de estética facial e corporal e a importância do planejamento administrativo para estabelecer e gerir um negócio competitivo. A metodologia empregada baseia-se na análise de dados do setor e no desenvolvimento de um plano de negócios, permitindo identificar oportunidades, desafios e fatores essenciais para o sucesso da empresa. Os resultados demonstram que o mercado de estética oferece alto potencial de crescimento, desde que sejam adotadas estratégias de gestão eficientes, planejamento financeiro, iniciativas de marketing e conformidade com as normas legais e sanitárias. Conclui-se que a abertura de uma clínica de estética é um investimento promissor quando fundamentada no planejamento, na inovação e na prestação de serviços de qualidade.

PALAVRAS-CHAVE: Clínica de estética. Plano de negócios. Gestão empresarial. Mercado da Beleza.

ABSTRACT

This capstone project aims to analyze the feasibility of opening an aesthetic clinic, considering strategic, financial, market-related, and operational aspects. The study addresses the growth of the beauty market, industry trends, key facial and body aesthetic procedures, and the importance of administrative planning for establishing and managing a competitive business. The methodology employed is based on an analysis of industry data and the development of a business plan, enabling the identification of opportunities, challenges, and factors essential to the company's success. The results demonstrate that the aesthetics market offers high growth potential, provided that efficient management strategies, financial planning, marketing initiatives, and compliance with legal and sanitary regulations are adopted. It is concluded that opening an aesthetic clinic is a promising investment when grounded in planning, innovation, and quality service delivery.

KEYWORDS: Aesthetic clinic. Business plan. Business management. Beauty Market.

SUMÁRIO

RESUMO.....	3
ABSTRACT.....	4
INTRODUÇÃO	6
1. FORMULAÇÃO DO PROBLEMA.....	8
2. DELIMITAÇÃO DO TEMA	10
3. OBJETIVO GERAL.....	11
3.1 OBJETIVO ESPECÍFICO.....	11
4. USUÁRIO/BENEFICIÁRIO	12
5. VIABILIDADE	13
5.1 VIABILIDADE OPERACIONAL	13
5.2 VIABILIDADE ECONÔMICA	17
5.3 VIABILIDADE SOCIAL	18
5.4 VIABILIDADE AMBIENTAL	18
6. JUSTIFICATIVA.....	19
7. HIPÓTESES.....	20
8. METODOLOGIA	22
8.1 MÉTODOS DE ABORDAGEM	22
8.2 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS	22
9. ANÁLISE SWOT	23
9.1 PESQUISA DE MERCADO	25
10. REFERENCIAL TEÓRICO.....	37
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38
APÊNDICES	41

INTRODUÇÃO

É válido supor que a estética se designa como um termo de vários significados, a fim de, tentar lidar com as exigências éticas da sociedade. Dessa forma, surge sua derivação que vem do grego *aisthesis*, *aistheton* (sensação, sensível), significando sensação, sensibilidade, percepção pelos sentidos ou conhecimento sensível-sensorial. É um ramo da filosofia que tem por objetivo o estudo da natureza, da beleza e dos fundamentos da arte. Nesse contexto, ela estuda o julgamento e a percepção do que é considerado belo, bem como a produção das emoções pelos fenômenos estéticos, as diferentes formas de arte e da técnica artística e como a arte pode afetar nosso humor e nossas crenças.

Tanto a estética como a filosofia da arte tentam encontrar respostas para o que é exatamente a arte e o que constitui uma boa arte. A beleza não é um valor estético superficial adicionado à essência das coisas, pois ela expressa a coerência, integridade, totalidade e a plenitude do fenômeno. (Pallasmaa, Juhani).

Diante disso, é notório que há um interesse das pessoas em saber mais sobre a história da beleza devido a constante preocupação de homens e mulheres procurando por tecnologias, tratamentos e produtos avançados que possam lhes oferecer a aparência perfeita. Aparência essa imposta pela mídia, e associada ao desejo da eterna juventude, que vem fazendo com que o mercado da estética aumente cada dia a sua demanda de produtos cosméticos e tratamentos.

O crescimento da estética acompanha a valorização do autocuidado, da longevidade e da qualidade de vida. Em 2026, o setor chega a um ponto decisivo, a demanda segue em alta, mas a concorrência se intensifica, o consumidor se torna mais informado e a tecnologia redefine padrões e práticas. (Valor Econômico e Tulípi, 2026)

Dessa forma, este trabalho tem por objetivo analisar como a estética ganha reconhecimento no mercado atual e compreender as principais percepções sobre corpo e beleza para o bem-estar de indivíduos que estão à procura de realizar determinados procedimentos estéticos, pois estes influenciam fortemente na abertura de novos negócios e na identificação das melhores estratégias que proporcionam uma boa gestão em uma abertura eficiente.

Portanto, procura-se trabalhar neste projeto, os itens mais importantes nas metodologias administrativas que constem as oportunidades, as ameaças e aspecto legais na abertura de uma clínica.

1. FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

O mercado de estética tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado pela crescente preocupação da população com saúde, bem-estar e autoestima. Entretanto, essa expansão também traz desafios para as clínicas de estética, como a necessidade de investimentos em infraestrutura, qualificação profissional, estratégias de gestão e adequação às normas legais e sanitárias. Nesse contexto, questiona-se:

Quais desafios as clínicas de estética enfrentam para manter a conformidade com as normas legais e sanitárias e garantir a qualidade dos serviços em um mercado em constante crescimento?

Nesse caso, é possível observar que a conformidade legal e sanitária de estabelecimentos voltados à saúde e estética é um requisito essencial para garantir a segurança dos usuários, dos profissionais e da comunidade. As irregularidades estruturais e operacionais nesses ambientes podem resultar em riscos significativos de contaminação, eventos adversos e sanções administrativas, incluindo multas e interdições imediatas. A seguir, são descritas as principais irregularidades observadas em clínicas que não atendem às exigências dos órgãos reguladores, fundamentadas nas normas sanitárias brasileiras e em evidências científicas de biossegurança.

Falta de Alvará e Licenciamento Sanitário

A operação de serviços de saúde em território nacional exige Alvará de Funcionamento emitido pela prefeitura e Licença Sanitária concedida pelo órgão de Vigilância Sanitária local — como o Cadastro Municipal de Vigilância Sanitária (CMVS) no município de São Paulo. Segundo as diretrizes da ANVISA e legislações municipais, esses documentos certificam que o estabelecimento passou por avaliação técnica e atende aos requisitos mínimos de infraestrutura, biossegurança e responsabilidade técnica.

A ausência desses documentos configura infração sanitária conforme a Lei Federal nº 6.437/1977, podendo resultar em penalidades que variam de advertência à interdição total do estabelecimento.

Zoneamento Urbano Inadequado

A instalação de clínicas em áreas onde o plano diretor ou o zoneamento municipal não permite atividades comerciais ou de saúde viola regulamentações urbanísticas. Além de constituir infração administrativa, essa prática pode expor os usuários a riscos devido à falta de infraestrutura urbana adequada, impacto ambiental ou restrições de circulação.

O zoneamento inadequado também prejudica o controle sanitário, já que áreas residenciais não são dimensionadas para fluxos e resíduos próprios de serviços assistenciais.

2. DELIMITAÇÃO DO TEMA

A delimitação para a abertura de uma clínica de estética no município de Praia Grande teve início em agosto de 2025 com previsão de término para julho de 2026. Com o objetivo de analisar o ambiente externo e interno da empresa dentro do mercado. Identificando como esses fatores, quais elementos podem interferir no crescimento da empresa, e como pode ser introduzido um maior embasamento na organização de uma estrutura administrativa e eficiente, priorizando o bem-estar e a autoestima do público-alvo.

3. OBJETIVO GERAL

O objetivo geral deste projeto é desenvolver a abertura de uma clínica de estética no município de Praia Grande, visando compreender a viabilidade dos elementos essenciais em sua abertura, e analisar o desenvolvimento do mercado da estética para promover uma confiança maior e aceitação pessoal em seu público.

3.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

Assim, os objetivos específicos incluem:

- Analisar as clínicas estéticas já existentes no mercado;
- Pesquisar o mercado;
- Estudar o público-alvo;
- Investigar possíveis tratamentos estéticos para a clínica;
- Analisar as causas da falta de gestão adequada em clínicas de estética;
- Comparar os fornecedores de materiais para a clínica;
- Identificar as principais dificuldades enfrentadas pelas clínicas de estética;
- Avaliar o impacto da falta de ferramentas de gestão de custos;
- Parte legal da documentação:
 - Registro da empresa
 - CNPJ
 - Alvará de Funcionamento
 - Licença sanitária
 - Contrato de Locação ou Propriedade
 - Termo de Responsável Técnico

4. USUÁRIO/BENEFICIÁRIO

Os beneficiários do projeto serão mulheres com 18 a 60 anos que buscam procedimentos estéticos invasivos e não invasivos, além de adolescentes a partir de 14 anos interessadas em procedimentos não invasivos.

5. VIABILIDADE

O presente estudo visa analisar as viabilidades da futura implantação de uma clínica de estética na cidade de Praia Grande, com foco em oferecer uma diversidade de serviços exclusivos que resulte em vantagens para o público atendido e em um reconhecimento para ter crescimento dentro do mercado.

5.1 VIABILIDADE OPERACIONAL

Na viabilidade Operacional, foi observado a necessidade de estruturar um espaço receptivo para atender os clientes de forma inclusiva. Dessa forma, a clínica contará com uma estrutura funcional composta por recepção, três salas multifuncionais e banheiro. O atendimento será realizado por duas profissionais especializadas e uma recepcionista, funcionando por agendamento para melhor organização dos serviços e otimização do atendimento.

Estrutura Física Inapropriada

- Áreas Insuficientes ou Mal Distribuídas

Visando na Estrutura Física Inapropriada e Acessibilidade Comprometidas, áreas insuficientes ou mal distribuídas, não possuir áreas separadas e distintas para recepção, sala de procedimentos, esterilização de matérias e sanitários. Ambos devidamente com acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida, o que é requisito legal para qualquer estabelecimento. Normas sanitárias, como a RDC ANVISA nº 50/2002 (referente à arquitetura e engenharia de estabelecimentos de saúde), determinam que serviços de saúde devem manter ambientes distintos para:

- Recepção e acolhimento;
- Sala de procedimentos;
- Área de preparo e esterilização de materiais;
- Sanitários para clientes e funcionários.

A inexistência dessas separações aumenta o risco de infecções cruzadas, contaminação de superfícies e comprometimento da segurança ambiental.

Acessibilidade Comprometida

A Lei nº 10.098/2000 e a NBR 9050 estabelecem diretrizes para acessibilidade em edificações. Clínicas sem rampas, corrimãos, portas com largura adequada ou banheiros adaptados violam direitos garantidos às pessoas com mobilidade reduzida e podem ser interditadas por não atenderem normas estruturais mínimas.

Ventilação e Iluminação deficientes

A falta de ventilação natural ou mecânica adequada compromete a renovação do ar, elevando a concentração de microrganismos e partículas contaminantes. Pesquisas em saúde ambiental demonstram que baixa qualidade do ar em ambientes clínicos aumenta a incidência de infecções oportunistas e riscos de reações adversas.

Condições de Higiene Precárias

A presença de mofo, infiltrações, acúmulo de lixo e falta de limpeza viola diretamente as normas de biossegurança previstas na RDC ANVISA nº 63/2011 e manuais técnicos de boas práticas. Microrganismos oportunistas — como fungos, bactérias e vírus — podem se proliferar e causar surtos infecciosos em ambientes não higienizados, justificando a interdição imediata.

Proximidade com Fontes de Contaminação

A instalação de serviços de saúde próximos a locais insalubres, como depósitos de lixo, oficinas mecânicas, esgotos expostos ou áreas de risco biológico, infringe critérios de biossegurança e saneamento ambiental. Estudos em microbiologia ambiental mostram que essas áreas possuem maior carga microbiana, representando riscos de contaminação física e biológica.

Uso Misto Irregular

O compartilhamento de área residencial com clínica sem separação física é proibido pela Vigilância Sanitária. Esse arranjo favorece contaminação cruzada, perda de controle do fluxo de pessoas e inadequação das rotinas de limpeza e descarte de resíduos.

Improvisação de Espaços

Ambientes improvisados como garagens, quartos ou áreas sem pia, bancadas adequadas ou revestimentos impermeáveis não atendem aos requisitos mínimos de infraestrutura para serviços de saúde. A RDC ANVISA nº 222/2018 reforça que salas de procedimento devem possuir superfícies laváveis, pontos de água potável, iluminação adequada e condições para higienização de materiais e mãos.

Diante desse conjunto de inconsistências, a situação caracteriza um risco sanitário relevante, além da impossibilidade de obtenção das licenças necessárias para funcionamento regular. As falhas observadas comprometem a segurança do serviço prestado, o cumprimento da legislação vigente e a proteção da saúde pública.

Falta de Licenciamento e Documentação Obrigatória

1. Ausência de Alvará de Funcionamento

Muitos estabelecimentos iniciam atividades sem obter o Alvará da Prefeitura, o que torna a operação ilegal desde o início.

2. Falta de Licença Sanitária / CMVS

Não solicitar a vistoria sanitária ou não cumprir exigências para emissão da Licença é uma das irregularidades mais frequentes. Sem este documento, o estabelecimento não comprova que atende às normas de biossegurança.

3. CNAE incompatível com as Atividades

Escolher um código CNAE errado impede a regularização e pode levar a penalidades por exercício irregular da atividade.

4. Instalação em Local Inadequado ou Irregular

5. Zoneamento Urbano Incompatível

Abrir a clínica em uma área onde o Plano Diretor não permite atividades de saúde (como zonas exclusivamente residenciais) inviabiliza o licenciamento.

6. Uso Misto Sem Autorização

Estabelecer a clínica dentro da própria residência ou compartilhando espaço doméstico sem segregação física e sem aprovação da Vigilância Sanitária é uma infração comum.

7. Proximidade a Áreas Insalubres

Instalar-se próximo a oficinas, depósitos de resíduos, esgotos expostos ou atividades poluentes infringe regras de segurança ambiental.

8. Irregularidades na Estrutura Física

9. Ambientes Improvisados

Muitos empreendedores utilizam garagens, quartos ou cômodos adaptados sem infraestrutura mínima, como:

- Superfícies laváveis;
- Pia na sala de procedimentos;
- Pontos de água e esgoto;
- Revestimentos adequados.

10. Falta de Ambientes Segregados

Estabelecimentos iniciam operação sem salas separadas para:

- Recepção;

- Procedimento;
- Esterilização (quando aplicável);
- Sanitários.

Isso viola normas sanitárias como a RDC ANVISA n.º 50.

11. Falta de Acessibilidade

A ausência de adaptação conforme a NBR 9050 (rampa, largura de portas, sanitário acessível) impede o licenciamento e configura infração legal.

12. Problemas de Iluminação e Ventilação

Iluminação inadequada, ausência de renovação de ar ou climatização insuficiente prejudicam a segurança dos procedimentos.

13. Condições de Higiene Insatisfatórias, presença de:

- Mofo;
- Infiltrações;
- Acúmulo de lixo;
- Superfícies desgastadas;
- Constitui violação sanitária e risco imediato de interdição.

14. Falhas Operacionais e de Biossegurança;

15. Falta de POPs e protocolos de biossegurança é um erro grave e recorrente, não implementar procedimentos operacionais padrão para:

- Limpeza;
- Desinfecção;
- Esterilização;
- Uso de EPI's;
- Descarte de Resíduos.

16. Manejo inadequado de resíduos;

Descartar resíduos perfurocortantes, infectantes ou contaminados como lixo comum viola a RDC n.º 222/2018

Atuação de profissionais sem habilitação

Permitir que pessoas sem formação ou registro profissional realizem procedimentos invasivos (como microagulhamento, jato de plasma etc.) constitui exercício ilegal da profissão.

Falhas Tributárias, Jurídicas e Contratuais

Abrir a empresa com natureza jurídica inadequada

Escolher regime tributário ou formato societário errado gera problemas fiscais e impossibilita a contratação de responsáveis técnicos.

Ausência de contratos de prestação de serviço

Não possuir contratos assinados com clientes coloca a clínica em situação jurídica vulnerável.

Dessa forma, os erros cometidos na abertura de clínicas de estética decorrem, principalmente, de:

- Desconhecimento das normas sanitárias e urbanísticas;
- Infraestrutura inadequada às exigências de biossegurança;
- Ausência de licenciamento e documentação obrigatória;
- Improvisação de ambientes não projetados para saúde;
- Falta de profissional habilitado e de protocolos técnicos.

Essas falhas configuram irregularidade sanitária, risco à saúde pública e infração legal, podendo resultar em multas, interdição do estabelecimento e responsabilização civil e penal.

5.2 VIABILIDADE ECONÔMICA

Na viabilidade econômica, foi observado a tabela de retorno do investimento com a demonstração o valor necessário para iniciar o empreendimento, os custos envolvidos e o prazo estimado para recuperar o capital investido. Com base nas projeções financeiras realizadas, estima-se que o investimento inicial seja recuperado em aproximadamente 13 meses de funcionamento.

Assim se obteve estes resultados de cada tabela:

- A tabela de retorno do investimento demonstra o valor necessário para iniciar o empreendimento, os custos envolvidos e o prazo estimado para recuperar o capital investido. Com base nas projeções financeiras realizadas, estima-se que o investimento inicial seja recuperado em aproximadamente 13 meses de funcionamento.
- A tabela do ponto de equilíbrio apresenta o faturamento mínimo necessário para que a clínica consiga cobrir seus custos mensais sem gerar prejuízo. A partir desse valor, o empreendimento passa a operar com lucro, demonstrando sua viabilidade financeira.

- A tabela de Payback e ROI permite analisar o tempo estimado para recuperação do investimento inicial e o percentual de retorno financeiro do negócio. Os resultados demonstram potencial de rentabilidade e indicam viabilidade econômica do empreendimento ao longo do tempo.

5.3 VIABILIDADE SOCIAL

Os impactos positivos que podem ser observados na viabilidade social da abertura da clínica de estética estão relacionados com a autoestima dos clientes porque tem como objetivo principal contribuir para a saúde emocional que mantem a autoconfiança dos indivíduos e combate justamente o ponto negativo de beleza inalcançável.

Além disso, os pontos positivos se entrelaçam com a competitividade das empresas pois o foco destas se dá pelas fontes fundamentais de tecnologia que sustentam a vantagem competitiva, mas inibem a acessibilidade na parte econômica independentemente da sua localização.

Nesse caso, o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) voltada ao nosso projeto seria a de Saúde e Bem-Estar porque busca promover cuidados relacionados a saúde física e mental dos clientes e a ODS voltada a Trabalho Decente e Crescimento por incentivar novos empregos e o desenvolvimento de setor de serviços.

5.4 VIABILIDADE AMBIENTAL

A viabilidade ambiental voltada ao empreendimento da abertura futura da clínica, será baseada na adoção de práticas sustentáveis, como o descarte correto de resíduos estéticos, uso consciente de água e energia elétrica, além da redução de desperdícios de materiais descartáveis.

6. JUSTIFICATIVA

De acordo com as pesquisas realizadas, a escolha de abrir uma clínica de estética, justifica-se pela vontade de aumentar a autoestima e confiança dos nossos clientes com segurança e resultados de qualidade, além da crescente do mercado estético no Brasil. Apesar do aumento significativo de demanda por procedimentos estéticos e potencial econômico que oferece, é possível ver dificuldades enfrentadas por novos empreendedores ao ingressarem nessa área.

Dessa forma, identifica-se que estética, além de tem ganhado cada vez mais espaço no mercado da beleza, oferecendo para diversas empresas voltadas a esse segmento, a possibilidade de disponibilizar serviços e produtos pertinentes que ajudam na expansão dos seus comércios e melhorias no atendimento. Dessa forma, torna-se possível agregar resultados altamente positivos as empresas através de um bom investimento para garantir a eficácia de estar à frente do concorrente com um diferencial competitivo no mercado.

Em complemento a essa realidade, a Associação Brasileira de Franchising (ABF) informa que o ramo de saúde, beleza e bem-estar manteve sua trajetória de recuperação gradual e alcançou R\$ 31,9 bilhões de faturamento em 2018, o que representa um aumento de 6,3% com relação ao ano anterior. Ainda, neste mesmo período, o ramo teve o maior número de redes com modelos de micro franquia no país (ABF, 2019).

Porém, a falta de preparo dos profissionais para entrar no mercado e concorrer com outros concorrentes, tem afetado o intuito de ganhar reconhecimento e rendimento, abrindo sua própria empresa sem o menor conhecimento de causa. Para atingir estes fins, a empresa tem por objetivo, abrir sua própria clínica que deve dispor de serviços que visam a melhoria da aparência física e se preocupa em administrar os custos e as despesas, e consequentemente os resultados.

7. HIPÓTESES

Quais são os possíveis fatos que estão influenciando na causa do problema?

As hipóteses criadas diante dos problemas gerados no mercado da estética atualmente, têm por objetivo compreender os fatores que dificultam o crescimento e a visibilidade da clínica de estética Nefertari. Desta maneira, torna-se essencial construir uma boa imagem da empresa e criando um relacionamento direto com os clientes.

Crescimento desenfreado com uma má gestão de atendimento

- O setor de saúde privada vive um paradoxo quanto a falta de investimento na infraestrutura. Enquanto clínicas médicas e estéticas registram aumento na demanda e no faturamento, suas margens de lucro vêm encolhendo de forma silenciosa — mas consistente. A recuperação pós-pandemia trouxe fôlego para o caixa, mas também escancarou uma fragilidade estrutural: clínicas estão faturando mais, porém lucrando menos. (Baronesa,2025).

As receitas são fatores fundamentais para a abertura e manutenção de uma clínica de estética

- Foi realizado um levantamento pelo Procon-FGV a respeito da falta de estratégias para a divulgação e fidelização de clientes, que demonstrou um percentual de 68% das pessoas que deixam de frequentar um ambiente ou usar determinado produto/serviço devido à má qualidade no atendimento. Os outros 14% estão relacionados à má qualidade do produto ou serviço em questão e 9%, apenas, pelo preço.

Isso mostra o quanto um bom atendimento é importante para a retenção de clientes em clínicas de estética. Mas é preciso verificar exatamente o que tem acontecido na sua clínica – e se a questão for o atendimento, quais são as queixas da sua clientela (atrasos, falta de cordialidade, dificuldades com agendamento etc.).(2025, Motta).

O licenciamento que consta junto das normas de vigilância sanitárias

- Uma das principais maneiras de os profissionais da área de estética se precaverem contra possíveis ações judiciais é garantindo que seus pacientes estejam plenamente informados sobre os riscos, benefícios e limitações do procedimento. O consentimento informado é um documento fundamental nesse processo, no qual o paciente deve declarar que foi devidamente informado sobre todas as etapas do tratamento, os possíveis efeitos adversos e complicações, além das expectativas reais sobre o resultado. (Gagliano, 2024).

A negligência com a saúde física e mental dos pacientes devido ao crescimento acelerado do mercado da estética.

- A formação insuficiente, evasão de cursos presenciais e baixa atratividade, dificultam o preenchimento de postos de trabalho em diversas áreas. Seja na indústria, na saúde ou em tecnologia, há vagas que não são preenchidas por falta de profissionais qualificados no mercado. E, em alguns casos, além de pessoal, faltam entidades que disseminem o conteúdo.

Especialistas apontam que, para reverter o cenário, o fortalecimento da educação técnica e presencial, aliado a parcerias institucionais. (Aguiar, 2025).

Dessa forma, as hipóteses analisadas demonstram os fatores que impactam diretamente o desempenho da clínica, contribuindo para a instabilidade de sua estrutura administrativa. Reforçando a necessidade de se ter uma boa gestão estratégica com melhorias contínuas dentro do mercado.

8. METODOLOGIA

Metodologia significa estudo dos métodos ou da forma, ou dos instrumentos necessários para a construção de uma pesquisa científica; é uma disciplina a serviço da Ciência. O conhecimento dos métodos que auxiliam na elaboração do trabalho científico. (METODOLOGIA da pesquisa científica. [S.l.: s.n.], s.d. PDF)

8.1 MÉTODOS DE ABORDAGEM

Os métodos de abordagem utilizado na presente pesquisa foi o dedutivo cujo e indutivo pois estes têm o propósito de explicar o conteúdo das premissas e ampliar o alcance dos conhecimentos com a devida utilização de materiais já publicados relacionados a clínicas de estética para propor soluções de crescimento dentro do mercado.

Conforme Lakatos e Marconi (2007, p. 92), esses dois tipos de argumentos têm finalidades distintas – “o dedutivo tem o propósito de explicar o conteúdo das premissas; o indutivo tem o objetivo de ampliar o alcance dos conhecimentos.” (LAKATOS; MARCONI, 2007, p. 92 apud MÉTODOS DE ABORDAGEM s.d., p. 4)

8.2 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS

Os métodos de procedimentos utilizados neste estudo incluem

- Pesquisa de campo que se trata de um método de investigação científica que coleta dados diretamente da fonte.
- Análise de mercado que consiste no processo sistemático de coletar, organizar e interpretar informações relevantes sobre o ambiente em que uma empresa atua ou deseja atuar.
- Formulários que são um veículo que transporta informações de uma pessoa para outra, de uma unidade para outra, ou de uma empresa para outra. Araújo (2001, p. 96).
- Pesquisa bibliográfica que é um procedimento metodológico fundamental para estudos, testes ou decisões organizacionais.
- Estudo de caso que é um método de pesquisa que investiga profundamente a situação organizacional para a tomada de decisão.

9. ANÁLISE SWOT

Tabela 1 - Análise SWOT

FORÇAS	FRAQUEZAS
• Experiência de acolhimento tanto no atendimento quanto nos procedimentos através da ética e da empatia. • Incluindo uma estética Express, que são os tratamentos rápidos para quem tem pouco tempo (30 min). • Day Spa personalizado com serviços combinados. • Clube de assinatura estética (mensalidade fixa + tratamentos inclusos). • Procedimentos acessíveis e com bons profissionais. • Localização estratégica.	• Falta de concordância do que seria ou não utilizado dentro da empresa. • Os custos para ter os melhores equipamentos para cada procedimento que se baseiam na gestão financeira. • Dificuldade para organizar e oferecer treinamento aos funcionários. • Dificuldade para organização do estoque e ambiente. • Necessidade de ter uma melhor divulgação no marketing.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
• Ótima comunicação entre profissional e paciente, promovendo igualdade e atendimento de qualidade. • Parcerias com profissionais e influenciadores qualificados e conscientes. • Mercado abrangente elevando o reconhecimento da clínica. • Ter uma alta demanda na clínica nos serviços oferecidos.	• Concorrências de mercado. • Prejuízo nas vendas pela oscilação no custo da mercadoria. • Baixa visibilidade digital

FONTE: Autoria Própria

ANÁLISE SWOT CRUZADA

Força x oportunidades:

- Fortalecer a comunicação entre os clientes para ter uma fidelização deles através de um atendimento de qualidade que mantenha a ética, empatia.
- Parcerias que foquem em manter a qualificação consciente e profissional nos atendimentos fornecidos como estética express, Day SPA e clube de assinatura estética.
- Ter procedimentos acessíveis com bons profissionais para atrair uma alta demanda com os serviços oferecidos.
- Estar em uma localização estratégica que coincida com a realidade do mercado abrangente e eleve o reconhecimento da clínica.

Força x ameaças:

- Procedimentos acessíveis e com bons profissionais que visem identificar a melhor forma de mexer com os novos métodos para realizar os procedimentos.
- Ter uma localização estratégica para enfrentar a concorrência de mercado.
- Ter controle nos custos definidos de acordo com preferência do serviço.
- Tratamentos diversificados que compreendam a necessidade do cliente e ofereçam acolhimento nos procedimentos.

Fraquezas x oportunidades:

- Oferecer treinamento aos funcionários para ter comunicação clara e eficiente entre profissional e paciente.
- Organização no fluxo de caixa para atender a demanda da clínica com os melhores equipamentos para cada procedimento.
- Ter organização no ambiente e do estoque para elevar o reconhecimento da clínica.
- Parcerias com profissionais e influenciadores qualificados e conscientes que agreguem o marketing da empresa.

Fraquezas x ameaças:

- Ter um planejamento financeiro sobre os custos de estoque e manter a organização do ambiente.
- Realizar treinamentos contínuos para conseguir entrar em acordos e ter progresso quanto aos novos métodos de procedimentos.
- Padronização de gasto contínuo para reduzir desperdícios e investir nos equipamentos necessários da empresa.
- Fortalecer o marketing para superar a concorrência de mercado.

9.1 PESQUISA DE MERCADO

A criação de novos negócios exige mais do que uma ideia inovadora, ela demanda estudo aprofundado e suas condições de viabilidade. Nesse contexto, diversas clínicas de estética adotam posturas despreparadas sem considerar a organização e o planejamento, ocasionando em dificuldades na vida profissional e do público-alvo das clínicas.

A pesquisa de campo realizada de forma online teve como objetivo analisar a percepção e o comportamento do público em relação aos procedimentos estéticos.

Os resultados mostram que a maior parte dos participantes é composta por jovens, especialmente entre 18 e 21 anos, seguidos pelo grupo com menos de 18 anos. As demais faixas etárias tiveram participação mínima, evidenciando que esse tema é particularmente relevante para o público mais jovem.

A grande maioria afirma que mudaria algo na própria aparência, demonstrando um nível alto de insatisfação com a autoimagem. O interesse em realizar procedimentos estéticos também é expressivo, embora a maior parte ainda não tenha realizado nenhum tratamento. Essa barreira entre desejo e prática indica a existência de impedimentos para realização de procedimentos estéticos.

Um dos fatores que dificultam a realização dos procedimentos é o custo, aparece como o principal impedimento. Outros impedimentos também citados incluem falta de necessidade, medo, falta de tempo e pouca informação. Apesar disso, muitos participantes demonstram disposição para investir valores consideráveis em estética, sugerindo que, quando há interesse real, o público prioriza qualidade dos profissionais, infraestrutura e resultados.

Com a pesquisa também é possível ver que autoestima e aparência são temas fortemente relacionados, e que a forma como o indivíduo se vê e como acredita ser vistos influencia diretamente suas relações sociais.

Quanto aos procedimentos mais buscados, destacam-se: limpeza de pele, harmonização facial e preenchimento labial. Procedimentos ligados aos olhos, como extensão de cílios e procedimentos capilares também foram mencionados, enquanto outros tratamentos como sobrancelha, unhas, massagens e drenagem linfática tiveram uma procura menor.

Na escolha de uma clínica estética, os participantes valorizam principalmente bons resultados, seguidos por infraestrutura do local de atendimento, confiança e qualidade no atendimento. Curiosamente, preço e localização não foram considerados determinantes, reforçando que, para quem decide investir, segurança e eficácia são essenciais.

De modo geral, a pesquisa evidencia que a estética tem grande peso entre os jovens, que enxergam os procedimentos como forma de melhorar autoestima e bem-estar. O mercado se mostra promissor, mas ainda limitado pelo custo, indicando oportunidade de expansão para serviços mais acessíveis.

Segunda Pesquisa de Mercado

A pesquisa de campo contou com 50 respostas, tendo como objetivo compreender a percepção dos clientes em relação às clínicas de estética, considerando fatores como estruturais, organização de comunicação.

1. Aspectos mais importantes para uma clínica de estética.

Entre os aspectos mais importantes estão a limpeza e a higiene que foram apontadas por 42% dos participantes como o critério mais relevante, seguidas por equipamentos de qualidade (34%) e estrutura moderna e confortável (24%).

Mostrando como os clientes priorizam um ambiente seguro e higienizado, reforçando a importância do cuidado com a infraestrutura, organização, limpeza e controle sanitário.

2. Segurança em espaços organizados.

Esse fator se mostra importante novamente quando 90% dos correspondentes afirmam sentir-se mais seguros em clínicas com organização e manutenção constante. Sendo percebida como sinônimo de segurança e profissionalismo.

3. Fator mais importante na escolha da clínica.

Sobre fatores que influenciariam na escolha de uma da clínica, o atendimento humanizado lidera com 66%, superando cumprimento de horários (18%) e facilidade de agendamento (16%). Evidenciando que um atendimento atencioso, humano e acolhedor é importante para o cliente, passando segurança e até mesmo criando um vínculo da empresa com o cliente.

4. Importância do agendamento digital.

Para muitas clientes a autonomia nos agendamentos é algo bom, 80% consideram importante que a clínica possua sistema digital ou lembretes sobre os agendamentos, e 18% responderam “talvez”. Atualmente há uma forte tendência à digitalização, mostrando que tecnologia pode melhorar a experiência dos consumidores e organização de empresas, beneficiando de forma mútua os dois lados.

5. Clareza nas informações sobre procedimentos.

A transparência é um fator extremamente importante tendo em vista que 90% afirmam que a clareza das informações influencia diretamente sua decisão. A comunicação transparente é essencial para segurança, confiança e fidelização de clientes.

6. Fatores que influenciam a escolha da clínica.

Embora o custo importe, a qualidade dos serviços aparece em primeiro lugar (64%), seguida por preço acessível (22%) e promoções (14%). Isso mostra que mesmo o custo sendo uma questão, a busca por excelência em resultados é maior que a busca por economia quando o assunto é estético.

7. Impacto de erros em preços e informações.

A precisão das informações é imprescindível para manter credibilidade, já que 74% afirmam que erros sobre informações afetam sua confiança, e 24% talvez

8. Como os clientes descobrem clínicas.

Com o crescimento das mídias sociais, é importante estar sempre online e com um marketing digital sempre ativo, 56% dos respondentes dizem descobrir novas empresas pelas redes sociais, e (22%) por indicações de amigos ou conhecidos.

9. Confiança em clínicas bem divulgadas online.

A presença digital fortalece a imagem, 58% sentem mais confiança em clínicas que tem uma boa divulgação, enquanto 30% ainda ficam em dúvida. Mostrando que as mídias são importantes, mas não substitui a reputação real.

Sendo assim o marketing digital aliado ao feedback de outros clientes é a estratégia mais eficaz para alcançar novos públicos.

10. Dificuldade em encontrar informações.

As dificuldades em encontrar informações pode ser um problema, uma vez que, 60% afirmam que isso impacta na decisão sobre a escolha de um espaço, 32% dizem que talvez. Deixando nítido que a falta de informações acessíveis prejudica e pode afastar novos clientes.

11. Materiais de qualidade e esterilização.

A qualidade e higienização dos materiais utilizados é um pilar essencial, 86% se sentem mais confiantes quando sabem que materiais são de qualidade e a esterilização é realizada corretamente, passando mais confiança e segurança.

12. Explicação dos procedimentos.

86% consideram importante que os profissionais expliquem tudo antes do procedimento, a comunicação prévia adequada os pacientes evitando medos, dúvidas e inseguranças.

13. Acompanhamento pós-procedimento.

90% acreditam que o acompanhamento mesmo após o procedimento é essencial. O cuidado não termina no final do atendimento, a preocupação nos pós é valorizada e esperada pelos clientes.

14. Orientações pós-procedimento.

86% afirmam que orientações detalhadas sobre os procedimentos que serão feitos, aumentam a segurança e evita dúvidas ou decepções futuras. Instruções claras pós-atendimento são obrigatórias para uma boa visão da clínica.

15. Valorização da saúde física e mental.

A uma tendência crescente de buscar bem-estar e equilíbrio além da aparência. 78% valorizam clínicas que priorizam saúde integral, não apenas estética.

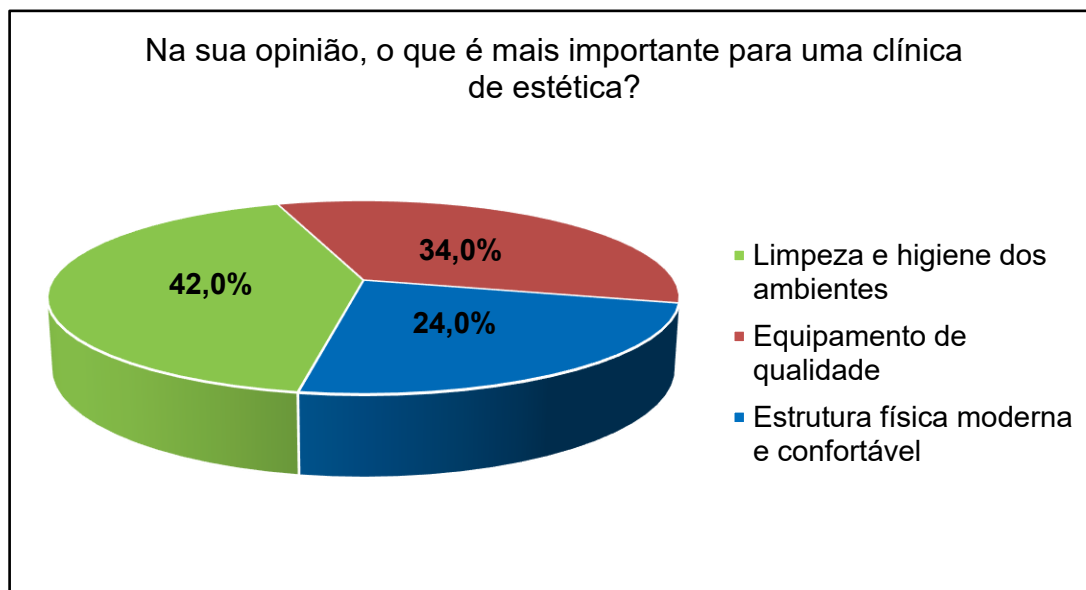
16. Pressão por padrões estéticos irreais.

Sobre padrões estéticos, 52% já se sentiram ou se sentiriam pressionados, 28% talvez e apenas 20% não. Existe uma preocupação significativa com a aparência e até mesmo padrões irreais, isso reforça a importância da ética profissional, empatia e profissionalismo.

Conclusões Gerais da Pesquisa

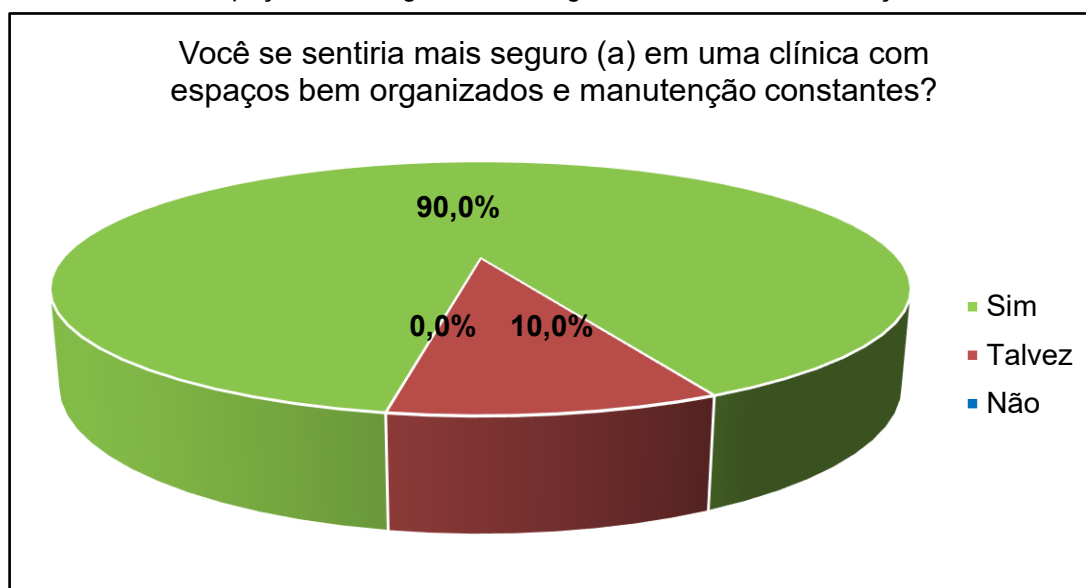
A partir da análise da pesquisa de campo é possível concluir que, segurança e higiene são prioridades absolutas, o atendimento humanizado é o principal diferencial competitivo que muitas vezes vai ser o motivo pelo qual o cliente escolhe a clínica. A Comunicação clara antes e depois do procedimento é indispensável, orientações detalhadas e acompanhamento estruturado aumentam a confiança e reduzem riscos.

Gráfico 1 - O mais importante para uma clínica de estética

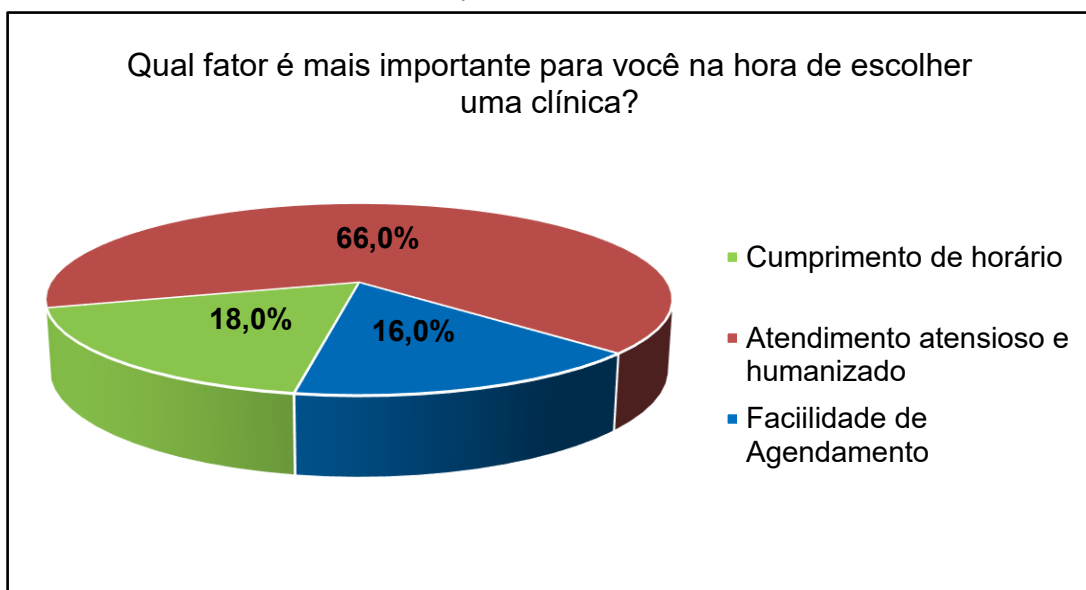


FONTE: Autoria Própria

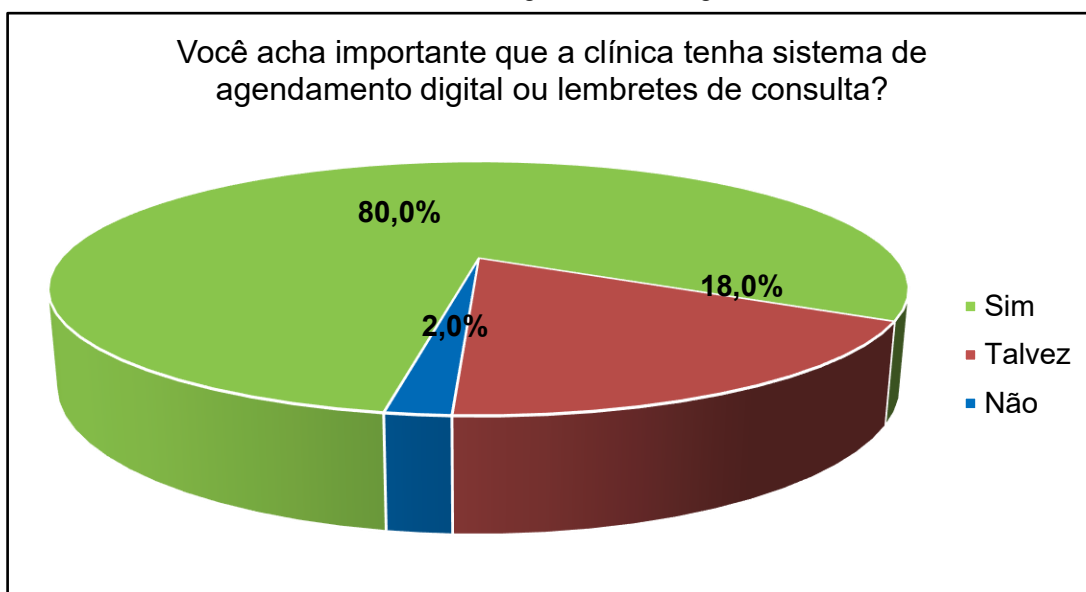
Gráfico 2 - Espaços mais seguros, bem organizados e com manutenção constante



FONTE: Autoria Própria

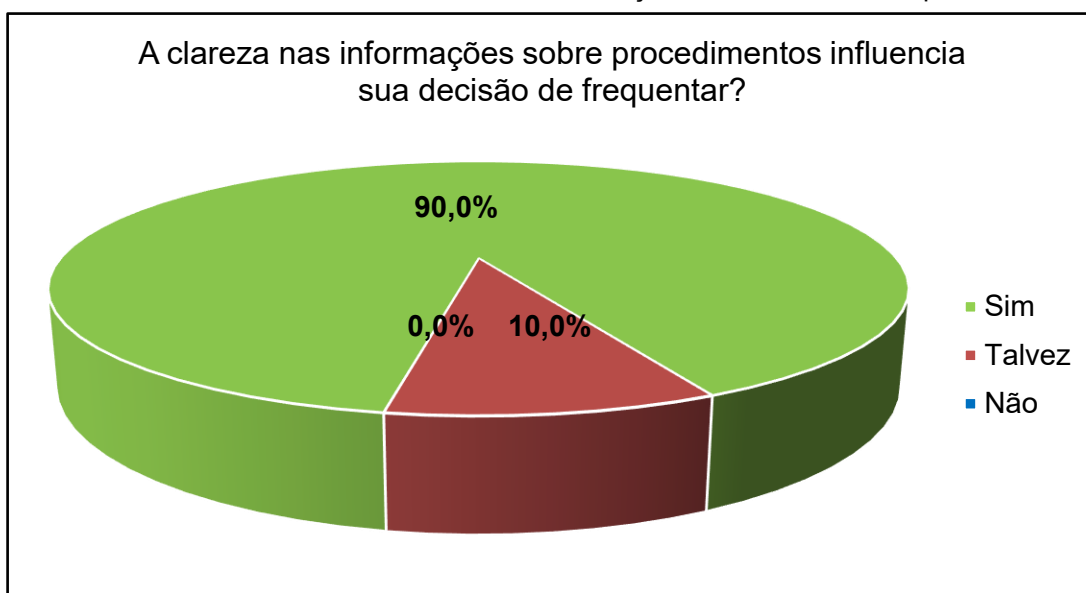
Gráfico 3 - Fator mais importante na hora de escolher uma clínica

FONTE: Autoria Própria

Gráfico 4 – Clínica tenha sistema de agendamento digital ou lembrete de consulta

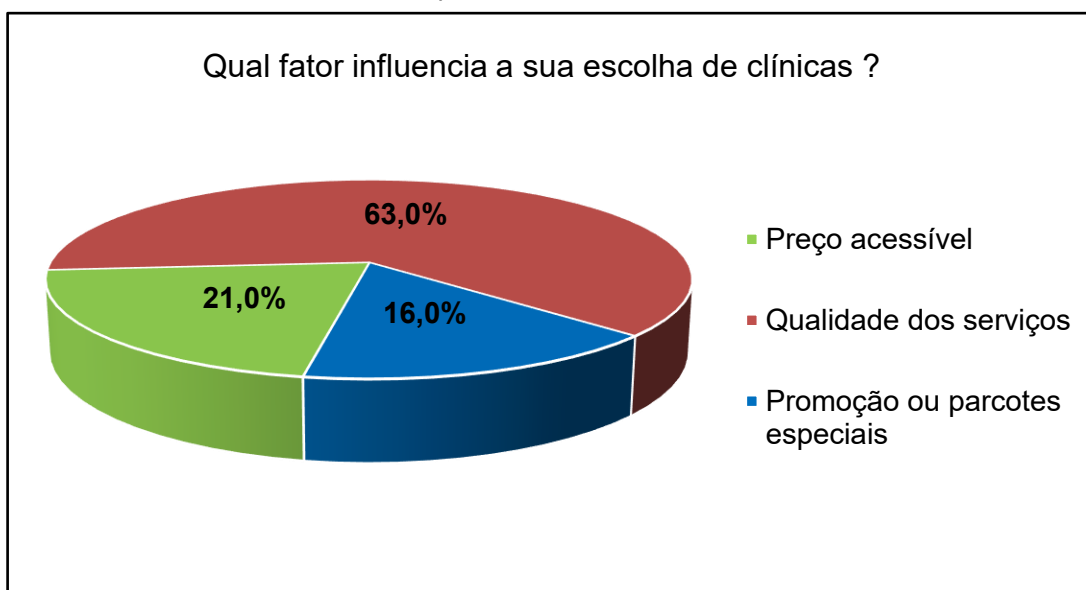
FONTE: Autoria Própria

Gráfico 5 - Influência da Clareza das Informações na Decisão de Frequência

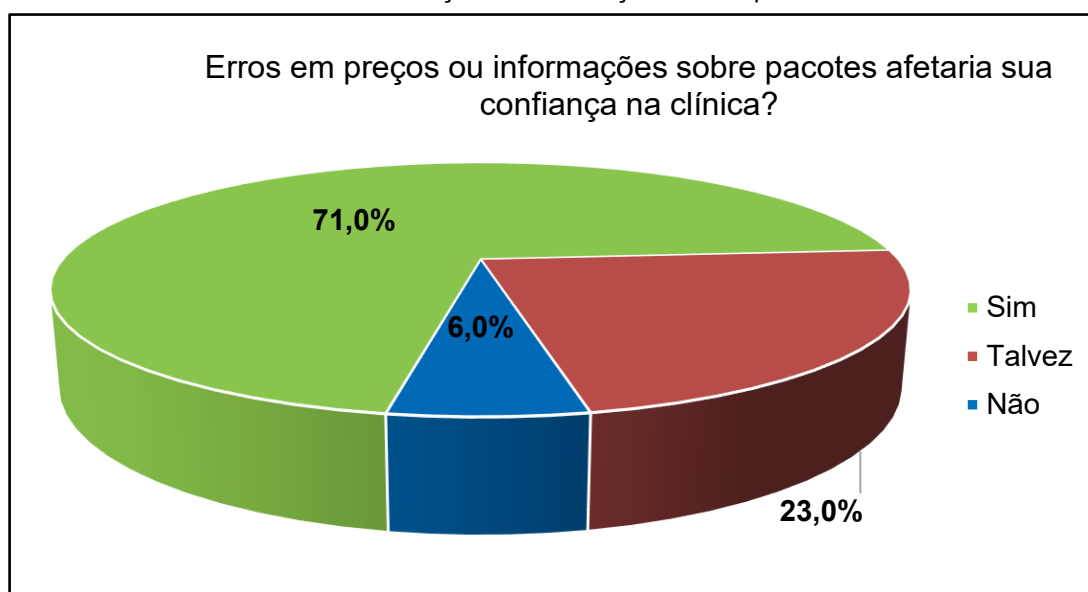


FONTE: Autoria Própria

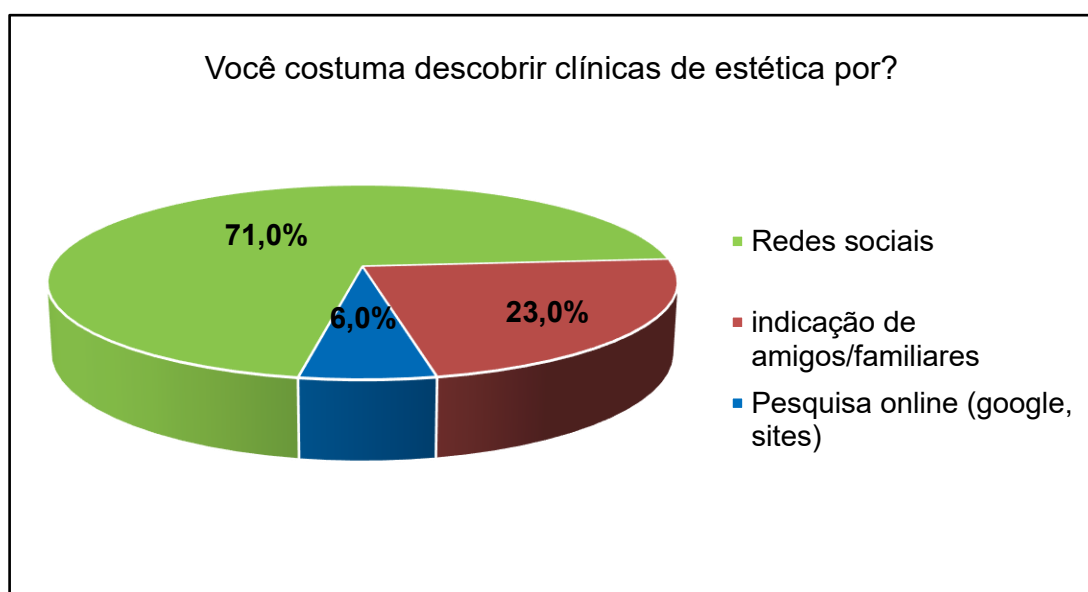
Gráfico 6 - Principais Critérios na Escolha de Clínicas



FONTE: Autoria Própria

Gráfico 7 - Preços ou informações sobre pacotes

FONTE: Autoria Própria

Gráfico 8 - Descobrir clínicas de estéticas

FONTE: Autoria Própria

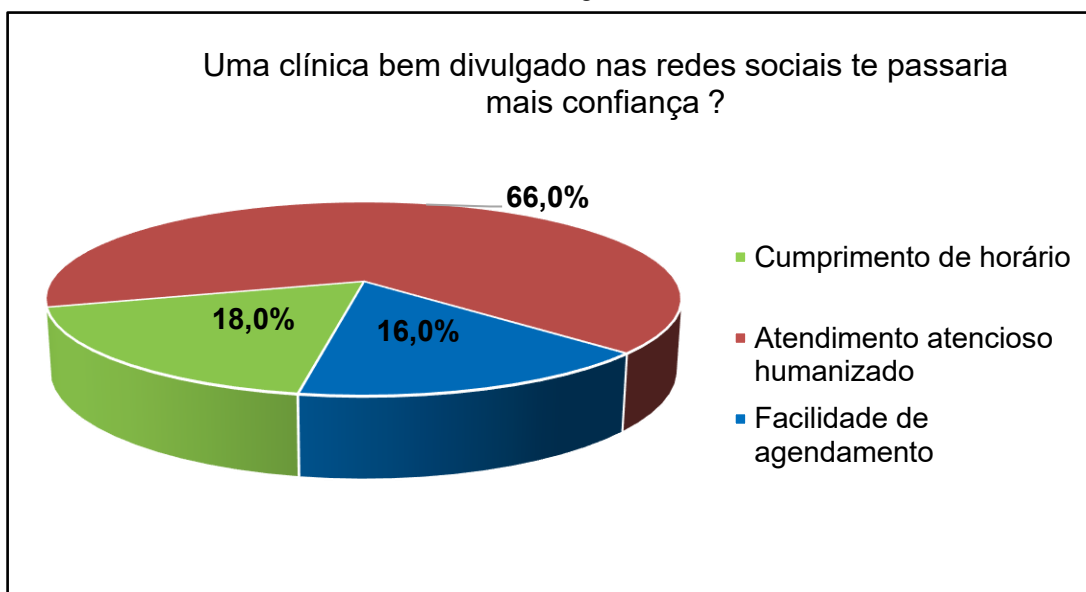
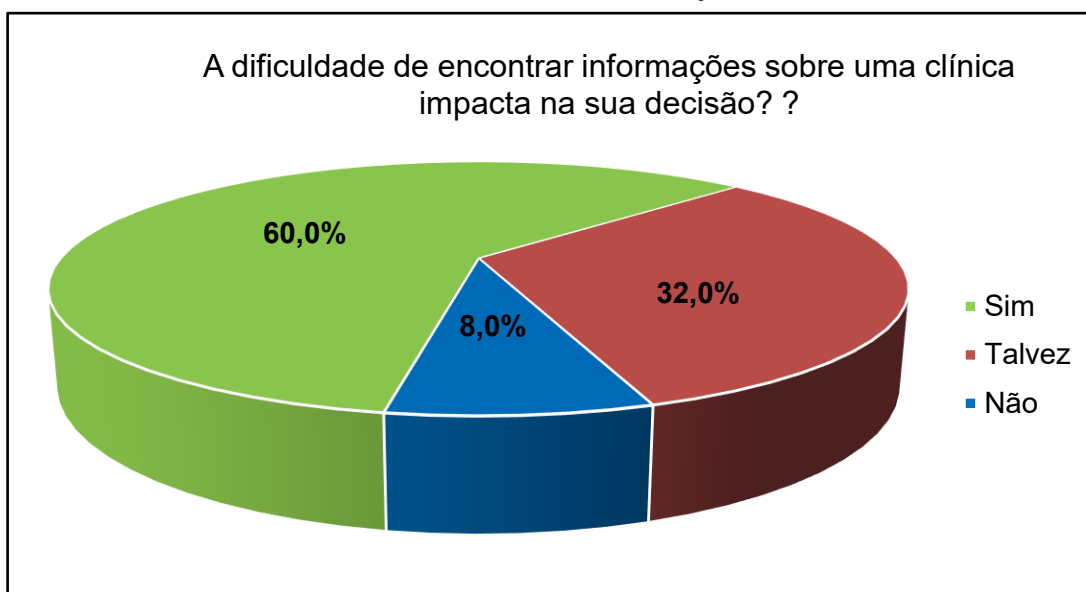
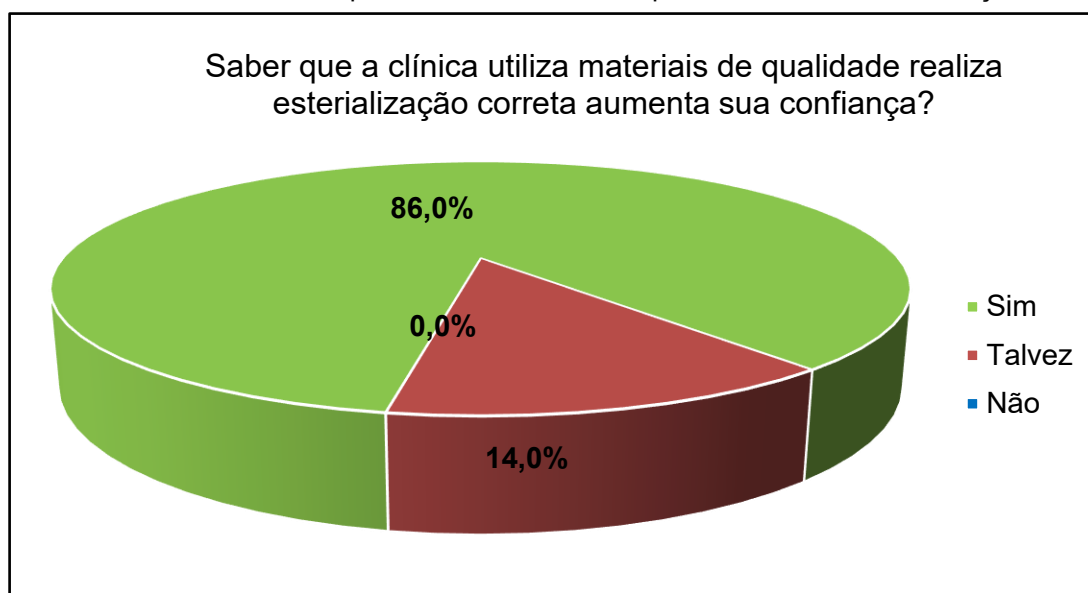
Gráfico 9 - Clínica bem divulgadas nas redes sociais**FONTE:** Autoria Própria**Gráfico 10** - A dificuldade de encontrar informações sobre uma clínica**FONTE:** Autoria Própria

Gráfico 11 - Clínicas que utilizam materiais de qualidade e realiza esterilização

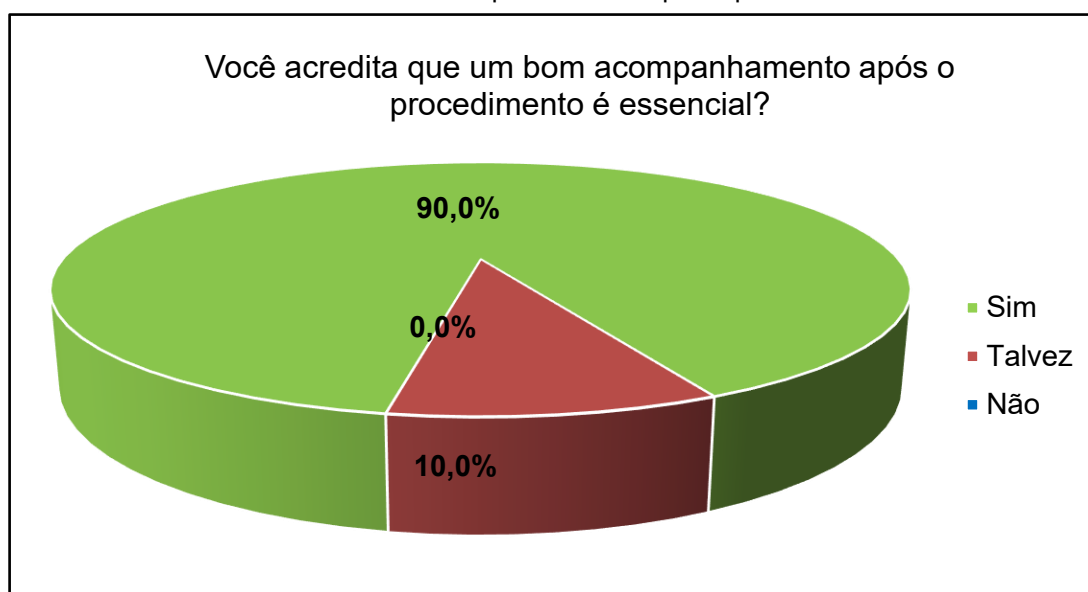


FONTE: Autoria Própria

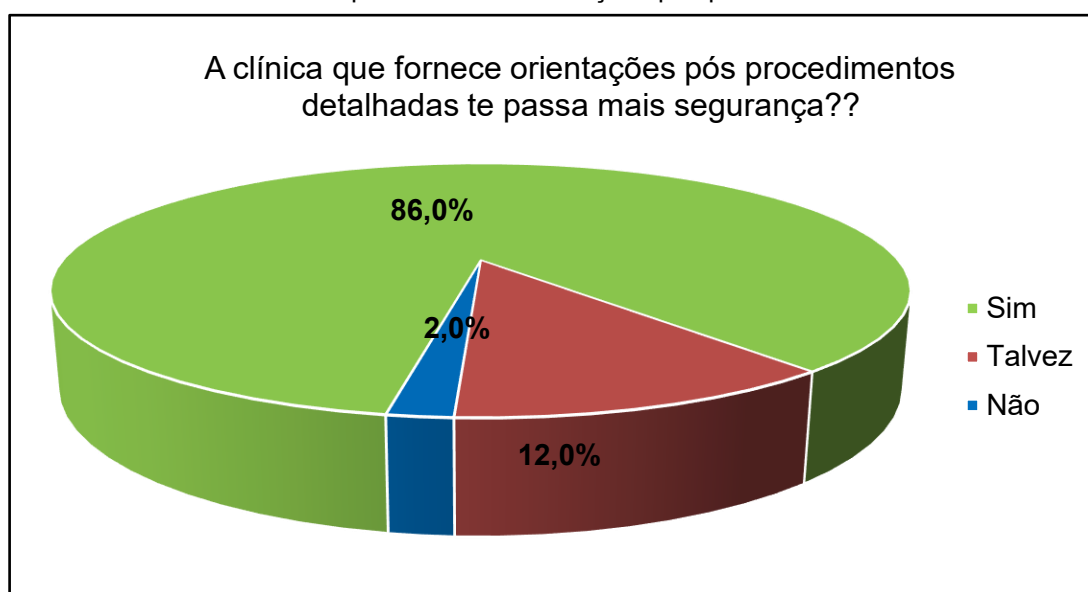
Gráfico 12 - Profissionais explicam cada procedimento antes da realização



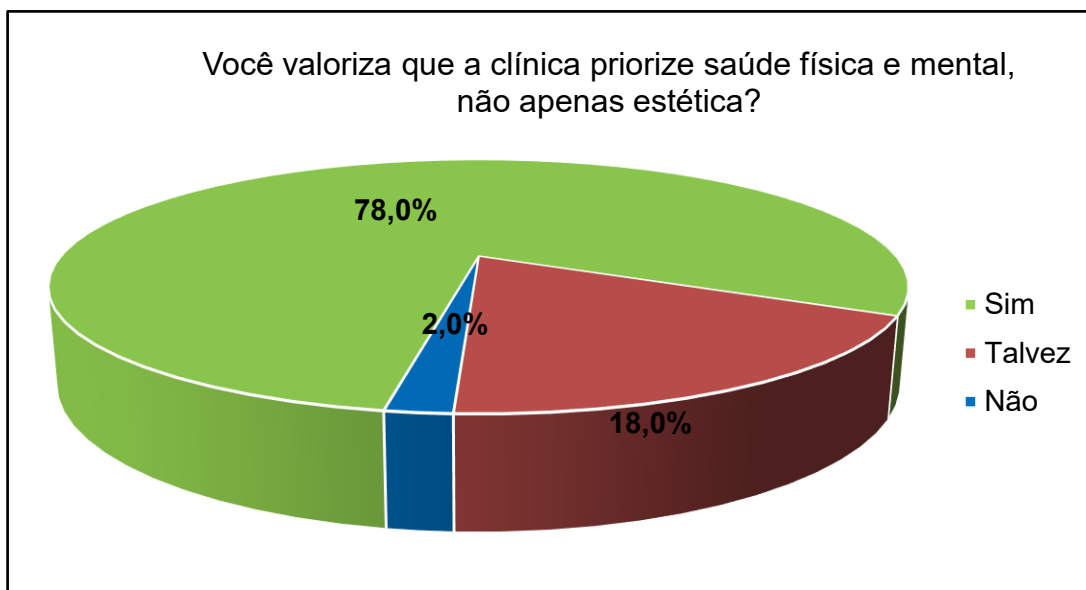
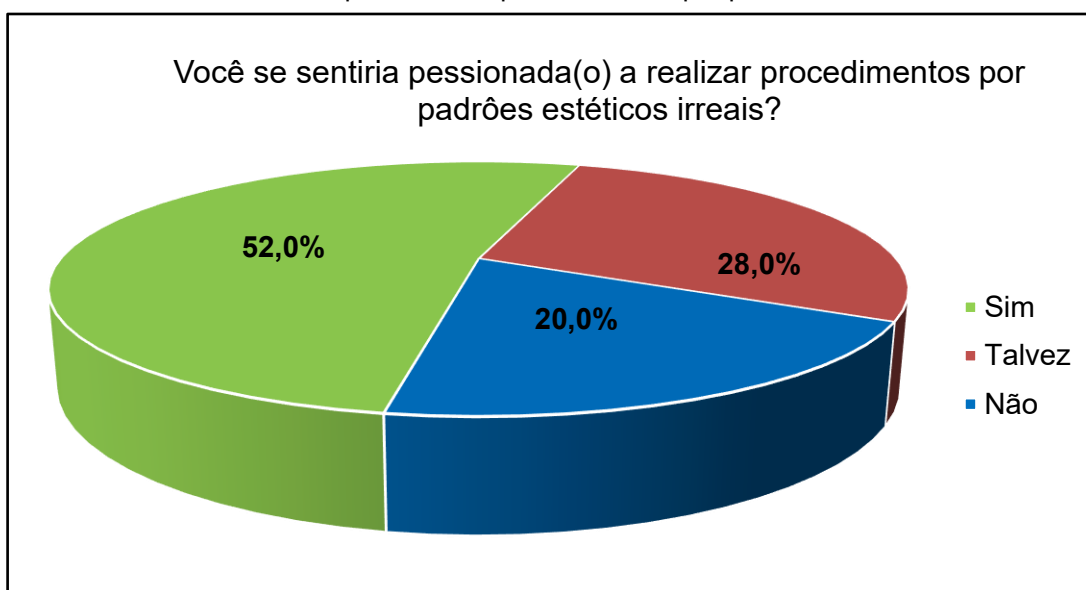
FONTE: Autoria Própria

Gráfico 13 - Bom acompanhamento após o procedimento

FONTE: Autoria Própria

Gráfico 14 - Clínicas que fornecem orientações pós procedimentos detalhados

FONTE: Autoria Própria

Gráfico 15 - Clínicas que priorizam a saúde física e mental**FONTE:** Autoria Própria**Gráfico 16** - Pressão para realizar procedimentos por padrões estéticos irreais**FONTE:** Autoria Própria

10. REFERENCIAL TEÓRICO

Segundo Chiavenato (2012), o empreendedorismo está relacionado à capacidade de identificar oportunidades e transformá-las em negócios viáveis por meio de planejamento e inovação. Dessa forma, o desenvolvimento deste projeto baseou-se em conceitos de gestão, organização e planejamento estratégico para avaliar a implantação de uma clínica estética.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOTOCLINIC. Como definir metas de tratamento estético e alcançar seus objetivos. A maior rede de harmonização facial do Brasil. Disponível em: <https://botoclinic.com/blog/como-definir-metas-de-tratamento-estetico/>. Acesso em: 20 set. 2025.

BRASIL, E. M. Estética avança em 2026 e amplia oportunidades de carreira. Educa Mais Brasil. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/carreira/estetica-avanca-em-2026-e-amplia-oportunidades-de-carreira>. Acesso em: 31 mar. 2026.

CHIAVENATO, Idalberto. Administração: teoria, processo e prática. São Paulo: Atlas, 1995.

COSTA, M. Os principais erros financeiros em clínicas de estética — e como evitá-los. Disponível em: <https://jornal.log.br/os-principais-erros-financeiros-em-clinicas-de-estetica/>. Acesso em: 21 nov. 2025.

DIAS DE MELO, J. [Título não informado]. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/201/1/TCC%203%20FINAL.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2025.

FIDELLIS, Daniela. Dificuldades na gestão de mídias sociais em clínicas de estética. Disponível em: <https://www.danielafidellis.com.br/dificuldades-na-gestao-de-midias-sociais-em-clinicas-de-estetica/>. Acesso em: 21 nov. 2025.

GESTÃO DS. Por que é importante manter o cadastro atualizado dos pacientes. Disponível em: <https://www.gestaods.com.br/por-que-e-importante-manter-o-cadastro-atualizado-dos-pacientes/>. Acesso em: 31 mar. 2026.

GRILLO, Fernanda Fontenelle. Conselhos de fiscalização profissional brasileiros. São Paulo: Editora Dialética, 2024.

HERMANN, Nadja. Ética e estética: a relação quase esquecida. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

JORNAL DO BRÁS. Clínicas de saúde enfrentam queda de margem mesmo com alta demanda. Disponível em: <https://jornaldobras.com.br/noticia/85760/clinicas-de-saude-enfrentam-queda-de-margem-mesmo-com-alta-demanda>. Acesso em: 31 mar. 2026.

JUSBRASIL. A responsabilidade dos profissionais da área de estética pelos danos causados aos pacientes. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/a-responsabilidade-dos-profissionais-da-area-de-estetica-pelos-danos-causados-aos-pacientes/2791929858>. Acesso em: 21 nov. 2025.

LOPES, D. et al. O padrão ideal de beleza e o impacto psicossocial. Disponível em: <https://facunicampsgoiania.com.br/wp-content/uploads/2023/09/TCC-O-padrao-ideal-de-beleza-e-o-impacto-psicossocial.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2025.

LUIZ. Direito Económico. 8. ed. Lisboa: Leya, 2023.

PALLASMAA, Juhani. Citação filosófica. 1990. Disponível em: <https://share.google/0HUrHL25cO5xqGf64>. Acesso em: 21 nov. 2025.

REVISTA DESTAQUES ACADÊMICOS. Disponível em: <https://www.univates.br/revistas/index.php/destaques/article/view/2670/1795>. Acesso em: 21 nov. 2025.

REVISTA IBERO-AMERICANA DE HUMANIDADES, CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO. Os efeitos da busca pela perfeição estética e os riscos que podem causar à saúde: revisão de literatura. 29 out. 2023. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br>. Acesso em: 21 nov. 2025.

RCEC. Tratamento de microvarizes no âmbito da clínica estética. Disponível em: <https://rcec.com.br/journal/index.php/rcec/article/view/50/69>. Acesso em: 21 nov. 2025.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CUSTOS. Modelo proposto para mensuração de custos logísticos em sistemas de serviços: evidências a partir de uma clínica de estética. Disponível em: <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4446/4596>. Acesso em: 21 nov. 2025.

UNOESC. A preocupação com a biossegurança em clínicas de estética e salões de beleza. Disponível em:

<https://periodicos.unoesc.edu.br/apeuv/article/view/16030/8388>. Acesso em: 21 nov. 2025.

CLOUDIA. Retenção de clientes em clínicas de estética: 7 ideias para implementar no seu negócio. Disponível em: <https://www.cloudia.com.br/retencao-de-clientes-em-clinicas-de-estetica/>. Acesso em: 31 mar. 2026.

WOLFGANG, Fritz Haug. Crítica da estética da mercadoria. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=JKdKtpIHDNYC>. Acesso em: 15 set. 2025.

APÊNDICES

APÊNDICE A – INTRODUÇÃO - CANVAS

O objetivo principal deste estudo foi identificar e desenvolver uma ferramenta de gestão para uma clínica de estética baseada no modelo de negócio Canvas. A ferramenta proposta, foca em compreender os principais elementos da clínica para a sua abertura e o seu desenvolvimento de forma eficiente e estratégica.

Dessa forma, a partir do estudo de caso, foi possível mapear os dados essenciais a serem aplicados na organização interna e externa da empresa, a fim de obter uma reestrutura do modelo ideal com a devida alocação de cada custo dentro do processo operacional e garantir a rentabilidade e longevidade do negócio.



CRONOGRAMA

PERÍODO	2026						2025					
Etapa da Pesquisa	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
INTRODUÇÃO												
FORMULAÇÃO DO PROBLEMA												
DELIMITAÇÃO DO TEMA												
OBJETIVO GERAL												
OBJETIVO ESPECÍFICO												
USUÁRIO BENEFICIÁRIO												
Entrega Parcial do PDTCC (Prévia)												
VIABILIDADE												
VIABILIDADE OPERACIONAL												
VIABILIDADE ECONÔMICA												
VIABILIDADE SOCIAL												
VIABILIDADE AMBIENTAL												
JUSTIFICATIVA												
Apresentação do DTCC												
HIPÓTESES												
METODOLOGIA												
MÉTODOS DE ABORDAGEM												
MÉTODOS E PROCEDIMENTOS												
ANÁLISE SWOT												
PESQUISA DE CAMPO / MERCADO												
REFERENCIAL TEÓRICO												
Coleta de dados												