

## **EMPREENDEDORISMO DAS LOJAS DE COSMÉTICOS AS VANTAGENS E SUAS DESVANTAGENS**

COVEIRO, Vanildi Gois (autor) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

RODRIGUES, Rivelino (orientador) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

A beleza sempre fez parte do homem, esteve presente desde o início de sua evolução, fatos históricos como a vaidade da Cleópatra e o uso da cosmetologia comprovam esse fato. O trabalho de graduação Empreendedorismo das lojas de cosméticos: As vantagens e suas desvantagens têm o objetivo de coletar informações sobre o setor da beleza limitando-se a cidade de Jales/SP para análise dos fatores favoráveis e desfavoráveis, o comportamento dessas empresas diante do cenário econômico atual e a viabilidade de investimento nessa área. A pesquisa foi realizada através de livros, artigos científicos, artigos da internet, observação direta não participante e aplicação de questionários. O setor de beleza e cosméticos no Brasil e no mundo vem se destacando de acordo com as exigências e necessidades do consumidor, está se inovando constantemente com a aplicação de altos investimentos em novas tecnologias. De acordo com os resultados da pesquisa de campo, os entrevistados consideram o comércio de produtos de cosméticos para o segmento da beleza feminina e masculina em Jales/SP em 67% Bom, 33% Ótimo e 0% Ruim. As vendas em loja física correspondem à 93%, vendas diretas no domicílio do consumidor em 7% e já o E-commerce não é um canal de vendas muito explorado na cidade. O controle da Gestão financeira ocorre em 27% quando possível, outras 27% gerenciam em poucas vezes, já o controle constante ocorre em 46% das empresas o que é considerado uma estratégia adequada para melhor gerenciamento empresarial. A instabilidade econômica e política nesses anos de 2016 e 2017 influenciaram muito os planos e a gestão empresarial em 40% dos entrevistados e poucos sofreram essas conseqüências correspondendo à 60% demonstrando maior equilíbrio. Portanto, o setor de beleza e cosmético é uma boa área para se investir, mas vários fatores devem ser estudados, a execução de um conjunto de ações como, a busca de conhecimentos, o planejamento do Plano de Negócios, etapas de testes e coletas de informações, a segmentação de clientes, análise do comportamento do mercado e da economia, o uso de ferramentas administrativas como O Ciclo PDCA e Análise de Swot é fundamental para alavancar o sucesso e competitividade no mercado.

Palavras-chave: Cosméticos. Gestão empresarial. Empreendedorismo.

**REFERÊNCIA:**

ABIHPEC. Institucional. Disponível em: <https://abihpec.org.br/institucional/>. Acesso em 23 de março de 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. Iniciação a administração geral. Controle. 3 ed.: Barueri ,SP: editora ev. E atual, 2009. P 103 ¿ 113.

CONTADOR, José Celso; STAL, Eva. A estratégia de internacionalização da Natura: Análise pela óptica da vantagem competitiva. Disponível em: [http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2010/artigos/E2010\\_T00102\\_PCN91353.pdf](http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2010/artigos/E2010_T00102_PCN91353.pdf). Acesso em: 20 de março 2017.

STREHLAU, Vivian Iara, et al. A vaidade impulsiona o consumo de cosméticos e de procedimentos estéticos cirúrgicos nas mulheres? Uma investigação exploratória. disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0080-21072015000100006](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0080-21072015000100006). Acesso em: 23 de jan de 2017.