



OS DESAFIOS DE EMPREENDER NO MERCADO DIGITAL NO SETOR DE BELEZA

Jéssica Tavares Silva¹, Fernanda Rosa Ferreira¹, Erica Kassia M. Peixoto¹, Elisa Borges Coelho¹

jessicatavaresgo@gmail.com, fernandarosafferreira7@gmail.com, kassiaerica@gmail.com, elisaborges25@hotmail.com

¹Universidade Estadual de Goiás – Câmpus Goianésia – Administração -
Goianésia – GO

RESUMO – Nessa nova era da globalização o empreendedorismo digital transformou as relações entre consumidores e fornecedores proporcionando uma grande ampliação no mundo dos negócios, o setor da beleza foi um deles, os meios tecnológicos proporcionaram grandes mudanças nesse ramo e a principal delas é a forma de fidelizar esse cliente e a distribuição de produtos, em síntese, a tecnologia teve um papel preponderante na diversificação dos meios de transmissão de oferta de produtos e alcance de clientes nesse contexto de novas mudanças. A forma de chegar até o consumidor tornou-se mais rápida e mais dinâmica, entretanto os desafios para tornar esse consumidor um cliente assíduo e fidelizado tornara-se maiores. Esse ambiente propício a mudanças trouxe grandes desafios para quem deseja crescer nesse mercado.

Palavras-Chave – Beleza, consumidor, desafios, empreendedorismo digital.

ABSTRACT – In this new era of globalization, digital entrepreneurship has transformed the relationship between consumers and suppliers, providing a great expansion in the business world, the beauty sector was one of them, the technological means provided great changes in this field and the main one is the loyalty of this customer and product distribution, in short, technology played a key role in diversifying the means of transmission of product supply and customer reach in this context of new changes. The way to reach the consumer became faster and more dynamic, however the challenges to make this consumer a frequent and loyal customer became bigger. This environment conducive to change has brought great challenges for those who want to grow in this market.

KEYWORDS – Beauty, consumer, challenges, digital entrepreneurship.

I. INTRODUÇÃO

O uso da tecnologia proporcionou uma nova rede de ramificações no mercado digital, o ambiente virtual tornou-se muito concorrido e disputado ocasionando cada vez mais a necessidade de estratégias para a fidelização da clientela e novas formas de exploração desse mercado principalmente no ramo do setor de beleza. O mercado de beleza é uma área que cresce todos os anos devido a busca constante de resultados e melhorias, visto que, é nesse setor que é de suma importância a variedade de produtos e serviços ofertados para alavancar a economia desse ramo, ademais fatores como o empreendedorismo digital corroboram para que esse desenvolvimento aconteça.

II. METODOLOGIA

Levantamento de informações através de pesquisas bibliográficas para compreensão e interpretação do assunto.

III. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA OU DISCUSSÕES

Ao longo dos séculos antigas características relacionadas ao termo beleza foram sendo dissipadas e modificadas de acordo com as particularidades e diversidades de grupos e culturas, propondo novos conceitos e atributos relacionadas a beleza. Com as evoluções tecnológicas o mercado da beleza tem se expandido e criado novos produtos e novas formas de ofertá-los, pode-se notar o contraste da disposição e variedade de produtos atualmente com a que havia a poucos anos atrás, sendo assim, constata-se a grande evolução desse mercado e sua propagação.

No Brasil mesmo com a crise econômica o mercado da beleza permanece estável, em virtude de o consumo de produtos proporcionarem uma elevação da auto-estima e a manutenção do bem-estar dos consumidores. Além disso, as mídias sociais tem influenciado grande parte da população a buscar produtos e serviços pela internet, essas novidades no mundo digital fizeram com que vários profissionais se readaptassem a novas formas de negócios, ademais as organizações viram esse meio como uma forma de reforçar o contato e a confiança com os clientes e alavancar suas vendas através dos recursos tecnológicos disponíveis no mundo globalizado.

25 a 27 de outubro de 2018

Observa-se que grande parte das empresas atualmente estão adaptando-se a essa era do mercado digital, empregando a tecnologia em todos os setores da organização e através do marketing digital divulgando essas informações, fatores como a comodidade em comprar sem sair de casa, facilidade de encontrar produtos e disponibilidade de comparação de preços influenciam os consumidores a fazer compras online e as empresas a alavancar o seu negócio. Segundo Turchi (2012, p.16) “Com o desenvolvimento da internet o ambiente digital passou a ser visto pelo setor corporativo como um terreno fértil a ser explorado e como uma forma de imprimir maior agilidade aos negócios”.

Práticas de empreendedorismo são a nova era da modalidade de negócios, a busca por inovações e a capacidade de correr riscos calculados são as características dos indivíduos que procuram entrar nesse meio. Segundo Hashimoto (2006, p. 4) “Nenhum empreendedorismo está livre de riscos. Quanto maior a incerteza, maior a imprevisibilidade dos resultados”. Acrescenta-se, que apesar das práticas empreendedoras terem papel primordial para crescimento da economia, ela aplicada em conjunto com o empreendedorismo digital poderá levar a um maior nível de vendas e atrair cada vez mais o cliente.

O empreendedorismo digital é a criação de um negócio que funcione pela internet, é por meio das ferramentas tecnológicas que esse sistema irá funcionar, é através da internet que as pessoas buscam conhecimento sobre como utilizar determinados produtos de beleza, esclarecer suas dúvidas, encontrar quais são os melhores produtos para adquirir, então é nesse momento que o empreendedorismo digital irá desenvolver-se.

Antigamente, mercado era o local físico onde se reuniam os vendedores e os compradores de determinados produtos/serviços. Hoje, com a globalização da economia e com a tecnologia da informação, os mercados sofreram profundas mudanças e têm uma incrível abrangência. O local físico foi substituído por redes de informação, redes de distribuidores e similares, que fizeram com que o mundo tornasse uma verdadeira aldeia global, em que os negócios passaram a ser mundiais e não mais internacionais, nacionais ou regionais. A globalização veio para ficar definitivamente. (CHIAVENATO, 2012, p. 45).

Essas renovações continuam especialmente no setor da beleza, visto que, esse ambiente mutável proporciona o aprimoramento de estratégias e a busca por novos produtos e inovações. Dessa forma, destaca-se que em qualquer negócio é importante obter uma vantagem competitiva e estar atento a criatividade, inovações e gestão do

25 a 27 de outubro de 2018

negócio, para Chiavenato (2012, p. 145) “Em geral, a vantagem competitiva é passageira ou fugaz, pois os concorrentes costumam imitá-la ou copiá-la imediatamente

Em todo início de negócio são encontrados diversos obstáculos e desafios para seu desenvolvimento principalmente devido à concorrência, a dificuldade da renovação contínua dos produtos e a grande procura e oferta da demanda de determinados produtos e serviços, a segmentação do mercado é uma alternativa para focar no cliente e pensar em meios de fazer com que o mesmo escolha comprar na sua loja. Para Chiavenato (2012, p.34) “O objetivo de um negócio é produzir e vender com lucro produtos/serviços que satisfaçam necessidades e desejos da sociedade os quais podem ser do mercado em geral, ou, mais especificamente, de um nicho específico de clientes”.

Muitas organizações buscam conhecer os hábitos, gostos, influências dos consumidores para entender o seu comportamento e elevar a sua eficiência no mercado, visto que, os desafios de empreender no mercado digital e proporcionar um crescimento no negócio podem estar relacionados a fatores como falta de suporte técnico e atendimento 24 horas para sanar eventuais dúvidas de clientes, o receio de não haver devolução de algum produto danificado ou ser ressarcido e um software de mal qualidade e ruim interface do sistema propiciando uma navegação insegura e cheia de riscos para o consumidor.

Essa migração do espaço físico para o virtual acarreta uma saturação no mercado e questões como a confiabilidade do produto, sua origem, se a descrição do produto condiz com a realidade, qual o prazo para entrega, problemas com extravio de mercadorias, aspectos como esses fazem com que qualquer cliente fique com dúvidas e receios de adquirir qualquer mercadoria da loja. Portanto, o essencial é sempre dispor de um bom relacionamento com o cliente, passar confiança e credibilidade, ter um portal para sugestões e eventuais dúvidas 24 horas, recrutar bons profissionais para realizarem tais serviços e que estejam comprometidos com o desenvolvimento da empresa.

Tais práticas propiciaram bons resultados a empresa e a satisfação do cliente, proporcionando assim uma corrente de boa divulgação da sua marca e de seus produtos e serviços oferecidos, com isso, irá gerar um leque maior de clientes e conseguir com que eles se tornem clientes assíduos tendo uma relação mutua de confiança onde ambos os lados se beneficiaram.

25 a 27 de outubro de 2018

IV. **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante das análises bibliográficas estudadas verificou-se que os principais desafios do empreendedorismo digital no setor da beleza estão relacionados a falta de atrativos para fidelizar o cliente e a qualidade do sistema disponível.

Devido a esses fatores a empresa buscara desenvolver novas técnicas para atrair o consumidor dessa nova geração, além de procurar diversificar seu catálogo de ofertas. É relevante ressaltar que nesse setor a variedade de produtos é muito extensa e a mais variada possível, principalmente com a divulgação por meio das redes sociais esse mercado tem se tornado cada vez mais competitivo.

O diferencial seria optar por ter uma ótima comunicação com seu cliente e estar atento ao seu pós-venda, além de fornecer a descrição dos produtos oferecidos com selo de qualidade e também planejar os próximos passos do negócio para tornar se bem-sucedido nesse ramo.

REFERÊNCIAS

CARLOS, Júnior. **A ascensão do mercado de produtos de beleza no universo online**. 2012. Disponível em: <www.ecommercebrasil.com.br/artigos/o-crescimento-do-mercado-de-produtos-de-beleza-na-internet/>. Acesso em: 28 set. 2018, 15:30:18.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2006.

MORAES, Daniel. **Mercado digital**: sua empresa precisa se adaptar a essa nova realidade. 2017. <<https://marketingdeconteudo.com/mercado-digital/>>. Acesso em: 3 out. 2018, 14:25:14.

SCHERMANN, Daniela. **Comportamento do consumidor**: fatores que influenciam o comportamento do consumidor. 2018.<blog.opinionbox.com/comportamento-do-consumidor-marketing/>. Acesso em: 4 out. 2018, 22:30:15.

TURCHI, Sandra R. **Estratégias de marketing digital e E-commerce**. São Paulo: Atlas, 2012.