

# EMPREENDEDORISMO FARMACÊUTICO E COSMÉTICO: Desafios e Oportunidades<sup>1</sup>

## PHARMACEUTICAL AND COSMETIC ENTREPRENEURSHIP: Challenges and Opportunities

João Alan André Silva<sup>2</sup>  
Matheus César Borges<sup>3</sup>  
Roberta Albino Gonçalves Ferreira<sup>4</sup>

### RESUMO

Mesmo diante das mais diversas adversidades e problemáticas advindas de uma série de contextos sistêmicos aplicados ao ramo farmacêutico, deve-se compreender a profissão farmacêutica ainda como área da potencialidade, pois atua em um dos pilares no âmbito da economia e de relevância social. Nesse sentido, possui como questão problema de pesquisa o seguinte questionamento: "Qual é a melhor escolha de carreira para indivíduos que desejam atuar no ramo farmacêutico e cosmético? Assumir os riscos e desafios do empreendedorismo é uma boa saída para os problemas atuais?". Esse trabalho teve como justificativa um intenso e urgente cenário onde as questões referentes ao empreendedorismo na seara farmacêutica e cosmética são constantemente negligenciadas e deixadas de lado na formação dos estudantes e em seus percursos após receberem seus diplomas, pois os estudantes da graduação de farmácia finalizam a graduação sem ter o conhecimento de quais possibilidades eles possuem dentro do âmbito empreendedor da farmácia. A presente pesquisa adotou a perspectiva metodológica da modalidade bibliográfica, com enfoque qualitativo de síntese integrativa, no sentido de investigar quais são as particularidades do processo de empreendedorismo no ramo farmacêutico, além de identificar quais suas potencialidades e maiores problemáticas. Isso pode incluir um olhar para as novas e futuras tecnologias avançadas, como inteligência artificial e medicina personalizada, para aprimorar a pesquisa, o desenvolvimento e o atendimento ao paciente. As descobertas que a pesquisa teve ao final de seu percurso metodológico explicitam que o empreendedorismo no ramo farmacêutico vai muito além de lidar e concretizar demandas financeiras, mas se expande como uma possibilidade de crescimento não somente no quesito empresarial mas também demonstra estar em consonância com diversos avanços sociais e para a comunidade de uma forma geral.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Ramo Farmacêutico; Ramo Cosmético.

---

<sup>1</sup> Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Inhumas FacMais, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Farmácia, no primeiro semestre de 2024

<sup>2</sup> Acadêmico(a) do 10º Período do curso de Farmácia pela Faculdade de Inhumas. E-mail: aluno@email.br

<sup>3</sup> Acadêmico(a) do 10º Período do curso de Farmácia pela Faculdade de Inhumas. E-mail: aluno@email.br

<sup>4</sup> Professora -Orientadora. Mestre em Assistência e Avaliação em Saúde. Docente da Faculdade de Inhumas. E-mail: robertalbinog@gmail.com

## **ABSTRACT**

Even in the face of the most diverse adversities and problems arising from a series of systemic contexts applied to the pharmaceutical sector, the pharmaceutical profession must still be understood as an area of potential, as it operates in one of the pillars within the scope of the economy and of social relevance. In this sense, the research question is the following question: "What is the best career choice for individuals who wish to work in the pharmaceutical and cosmetics industry? Is taking on the risks and challenges of entrepreneurship a good way out of current problems?" This work was justified by an intense and urgent scenario where issues relating to entrepreneurship in the pharmaceutical and cosmetic fields are constantly neglected and left aside in the training of students and in their paths after receiving their diplomas, as undergraduate pharmacy students complete their graduation is to have knowledge of what possibilities they have within the entrepreneurial scope of pharmacy. This research adopted the methodological perspective of the bibliographic modality, with a qualitative approach of integrative synthesis, in order to investigate the particularities of the entrepreneurship process in the pharmaceutical sector, in addition to identifying its potentialities and major problems. This may include a look at new and future advanced technologies, such as artificial intelligence and personalized medicine, to improve research, development and patient care. The findings that the research had at the end of its methodological path make it clear that entrepreneurship in the pharmaceutical sector goes far beyond dealing with and implementing financial demands, but expands as a possibility for growth not only in terms of business but also demonstrates that it is in line with several social advances and for the community in general.

**Keywords:** Entrepreneurship; Pharmaceutical Branch; Cosmetic Branch.

## 1 INTRODUÇÃO

Quando se fala em empreendedorismo no ramo farmacêutico e cosmético, é notável que se trata de um campo fascinante e em constante transformação a qual junta, de forma extremamente eficaz, os mais diversos desafios da indústria farmacêutica, das demandas sociais e empresariais, com a criatividade e inovação dos empreendedores. Este setor do empreendedorismo desempenha um papel fundamental e de extrema relevância na sociedade, porque por meio de muitas de suas variações fornece o acesso a medicamentos e processos terapêuticos diversos e essenciais que melhoram a saúde e a qualidade de vida dos sujeitos. No entanto, como em todas as áreas, também apresenta desafios e problemáticas como as complexidades reguladoras e concorrência que aumentam mais a cada dia, o que exige uma abordagem empreendedora única e de visão no futuro (Gomes, Alves e Pereira, 2015).

Mesmo diante das mais diversas adversidades e problemáticas advindas de uma série de contextos sistêmicos aplicados ao ramo farmacêutico, deve-se compreender tal especialidade ainda como área da potencialidade, pois atua em um dos pilares no âmbito da economia e de relevância social (Costa, 2016).

Para ter sucesso no empreendedorismo farmacêutico e cosmético, os empresários farmacêuticos necessitam de um elevado grau de capacidade para identificar oportunidades e satisfazer as necessidades de saúde da sociedade de forma inovadora, criativa, saudável e eficiente, pois a indústria farmacêutica desempenha um papel importante na promoção da saúde e no tratamento de doenças. Bem como, empresas farmacêuticas que estão constantemente em busca de soluções inovadoras, incluindo o desenvolvimento de novos medicamentos, a melhoria dos processos de produção e a criação de serviços farmacêuticos personalizados que contribuam para a qualidade de vida das pessoas (Gomes, Alves e Pereira, 2015).

Nesse sentido, tal projeto possui como questão problema de pesquisa o seguinte questionamento: “Qual é a melhor escolha de carreira para indivíduos que desejam atuar no ramo farmacêutico e cosmético? Assumir os riscos e desafios do empreendedorismo é uma saída para os problemas atuais?”. Isso possibilitou uma visão ampla e pavimentou um caminho teórico que correspondeu aos objetivos do trabalho.

Esse trabalho teve como justificativa um intenso e urgente cenário onde as questões referentes ao empreendedorismo na seara farmacêutica e cosmética são constantemente negligenciadas e deixadas de lado na formação dos universitários e em seus percursos após receberem seus diplomas, pois os estudantes da graduação de farmácia finalizam seu processo de graduação sem ter o conhecimento de quais possibilidades eles possuem dentro do âmbito empreendedor da farmácia e buscam, a partir disso, resolverem uma série de problemáticas tanto pessoais, quanto de suas comunidades.

Esse trabalho buscou de forma geral apresentar uma versão não vista sobre como ser um empreendedor no ramo farmacêutico e cosmético, mesmo com seus inúmeros desafios, gerando oportunidades no dia a dia, pois a partir desses objetivos, estará mais próximo de lidar com a justificativa e problemática do estudo.

As hipóteses iniciais para lidar com as problemáticas do fenômeno estudado foram: a implementação do tema empreendedorismo nos cursos de graduação de farmácia passará a ser mais compreendido para ampliar o número de profissionais interessados na área; O conhecimento das potencialidades e vantagens desse ramo tendem a impulsionar a pesquisa e atuações na dita área empreendedora.

Um empreendedor do ramo farmacêutico e cosmético precisa ter uma série de características combinadas para um bom exercício profissional e alcançar suas metas e objetivos de uma forma mais rápida e salutar. Algumas das principais características que são exigidas desse profissional são a tomada de riscos, tomada de decisão, ter um aguçado pensamento estratégico, facilidade na comunicação de ideias, um bom trabalho motivacional, alta tolerância à ambiguidade e imprevisibilidades, e um locus de controle dos eventos internos (Nascimento, 2021).

O empreendedorismo no ramo farmacêutico e cosmético envolve diversos aspectos de logística, de mediação governamental e acadêmica, como a criação, desenvolvimento e comercialização de produtos e serviços relacionados à saúde e à farmacologia. Essas potencialidades podem servir desde a pesquisa e desenvolvimento de novos medicamentos até a criação de soluções inovadoras de atendimento ao paciente/cliente, como farmácias digitais, telemedicina e terapias personalizadas. Assim, os empreendedores farmacêuticos devem, constantemente, procurar maneiras de melhorar a eficácia dos tratamentos, reduzir custos, aumentar a acessibilidade aos medicamentos e impulsionar a inovação tecnológica (Pinto e Barreiro, 2013).

Contudo, por mais impressionante e cheia de possibilidades e alternativas, entrar no campo do empreendedorismo farmacêutico não é tarefa fácil. Pois requer uma compreensão profunda das regulamentações governamentais, da pesquisa científica e das práticas de fabricação de medicamentos. Além disso, o financiamento é, muitas vezes, um desafio dado o alto custo e os riscos associados à pesquisa e desenvolvimento de novos medicamentos, além de uma série de impeditivos, como o baixo índice de estudantes do curso de farmácia que possuem o conhecimento sobre o empreendedorismo (Nascimento, 2021).

A questão motivadora para a presente pesquisa se deu através dos constantes questionamentos sobre o empreendedorismo no ramo farmacêutico e cosmético e os possíveis planos de carreira para os acadêmicos que saem dos cursos de graduação em farmácia sem tanto conhecimento dos aportes práticos de sua área de conhecimento, em um cenário onde o conhecimento teórico é muito enfatizado, os meios de aplicar essa teoria é ter um plano de carreira estão deficitários.

O trabalho objetivou apresentar uma versão não vista sobre como ser um empreendedor no ramo farmacêutico e cosmético que mesmo com seus inúmeros desafios pode gerar oportunidades no dia a dia. E teve como objetivos específicos compreender quais são os possíveis caminhos para iniciar no ramo empreendedor em farmácia; explicitar quais são as principais problemáticas e desafios que a área possui; evidenciar as potencialidades e qualidades desse ramo específico do empreendedorismo e buscar as particularidades do setor cosmético.

Com a implementação do tema do empreendedorismo nos cursos de graduação de farmácia, ele passará a ser mais compreendido, pois ampliará o número de profissionais interessados na área. A falta de conhecimento do ramo empreendedor farmacêutico é um grande impedimento para o avanço ainda maior dessa área no Brasil. Visto que o conhecimento das potencialidades e vantagens desse ramo tende a impulsionar a pesquisa e atuações na dita área empreendedora

(Gomes, Alves e Pereira, 2015).

Mesmo com um cenário onde o ramo de empreender nas áreas de farmácias esteja em constante evolução e expansão no Brasil e no mundo, esse trabalho se fará útil por mostrar e evidenciar que entrar no campo do empreendedorismo farmacêutico não é tarefa fácil, pois requer uma compreensão profunda das regulamentações governamentais, da pesquisa científica e das práticas de fabricação de medicamentos. Além disso, o financiamento é, muitas vezes, um desafio, dado o alto custo e os riscos associados à pesquisa e desenvolvimento de novos medicamentos (Pinto e Barreiro, 2013).

Além dos constantes novos desafios, como o que vivemos na era de transformação digital, também vemos a convergência da tecnologia com a indústria farmacêutica, na criação de oportunidades para startups que podem aproveitar a inteligência artificial, análise de dados, *blockchain* e outras tecnologias avançadas para melhorar a pesquisa, o desenvolvimento e a distribuição de medicamentos (Nascimento, 2021).

Também se justifica por evidenciar que o empreendedorismo no ramo farmacêutico é um campo dinâmico que busca melhorar a saúde e o bem-estar da sociedade por meio da inovação, pesquisa e desenvolvimento de produtos e serviços farmacêuticos. É uma área repleta de desafios, mas também de oportunidades significativas para aqueles que desejam enfrentar esses desafios e fazer a diferença na saúde global.

Esse estudo servirá tanto para profissionais na graduação buscarem o conhecimento empreendedor, quanto para profissionais já formados que buscam ampliar sua área de atuação por meio do empreendedorismo farmacêutico.

## **2 METODOLOGIA**

A presente pesquisa adotou a perspectiva metodológica da modalidade bibliográfica, com enfoque qualitativo, de síntese integrativa, no sentido de investigar quais são as particularidades do processo de empreendedorismo no ramo farmacêutico, além de identificar quais suas potencialidades e maiores problemáticas.

Com base teórica obtida nas fontes secundárias de artigos científicos, para melhor apreensão dos conceitos existentes e que fundamentam o estudo, as técnicas adotadas foram as leituras críticas, conforme orientação da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) os dados obtidos. Este projeto será realizado através de uma ampla e sistematizada pesquisa bibliográfica, buscando temas específicos baseados no empreendedorismo no ramo farmacêutico.

As bases de dados utilizadas para a realização deste estudo constituem-se de artigos selecionados em diferentes sites de busca, quais sejam: Portal de Periódico Capes; SciELO: The Scientific Electronic Library Online; e Google Acadêmico. Tais bases de dados foram escolhidas devido à ampla aprovação nacional e pelos critérios exigentes de publicação dos artigos disponíveis nessas plataformas. Para o exercício de busca empregaram-se palavras-chave definidas pelo pesquisador como: Empreendedorismo; Farmacêutico; Desafios e Potencialidades.

Os artigos utilizados no trabalho datam de um período de 1982 até 2024 e seguiram o critério de inclusão que estavam convergentes com os objetivos do trabalho, foram 18 ao total todos referenciados ao longo do trabalho e na sessão de referências, todos se incluíam nos critérios de inclusão que eram trabalhar e conter

conteúdos que tivessem um grande foco na parte teórica e problematização do empreendedorismo farmacêutico, e outro critério foi estarem em bases bibliográficas e repositórios revisados por pares como *Scielo*, e Plataforma Capes. Já os critérios de exclusão foram os artigos que mesmo com as palavras chave corretas não iam para um caminho que seria de acordo com os parâmetros necessários para este trabalho.

### **3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

No empreendedorismo que se especializa no ramo farmacêutico, uma das grandes características dessa modalidade é a intensa, vasta e constante pesquisa e desenvolvimento no que envolve a criação de novos medicamentos e fórmulas terapêuticas. Logo, fica evidente que toda essa efervescência de pesquisas irá requerer um alto nível de compromisso substancial de recursos financeiros, tempo de dedicação ao estudo de mercado e das demandas advindas da sociedade e conhecimento técnico e científico de grande escala. Além de todas essas características específicas do ramo do empreendedorismo farmacêutico, ainda é preciso gerenciar a morosidade do processo de aprovação regulatória, que é bastante demorado e rigoroso porque acompanha ensaios clínicos e a garantia da segurança e eficácia dos produtos (Gomes, Alves e Pereira, 2015).

Outra característica desse ramo do empreendedorismo é a constante concorrência no setor farmacêutico que é acirrada pois constantemente aplica novos conceitos e mudanças, como quando grandes empresas multinacionais começam a dominar o mercado. Contudo, mesmo nesse cenário, muitos empreendedores farmacêuticos, por diversas vezes, se destacam ao focar em âmbitos de especialidades, como processos para doenças raras ou desenvolvimento de medicamentos personalizados que estão em alta. Eles também podem encontrar oportunidades em mercados emergentes, superando os desafios que as grandes empresas ainda não conseguiram superar, onde as necessidades de saúde podem ser diferentes das dos mercados desenvolvidos (Costa, 2016).

Um outro aspecto importante para o empreendedorismo farmacêutico é a problemática advinda das questões regulamentadoras para esse tipo de negócio no país, porque as normas de qualidade geram uma preocupação central no empreendedorismo farmacêutico, onde os empreendedores devem e precisam estar sempre atentos às regulamentações locais e internacionais e suas constantes mudanças, alterações e adendos, a fim de garantir que seus produtos estejam em conformidade com padrões rigorosos de qualidade exigidos (Gomes, Alves e Pereira, 2015).

Diante do explanado, o empreendedorismo farmacêutico é impulsionado e caracterizado por uma busca constante por inovação e resolução de conflitos práticos. Isso pode incluir um olhar para as novas e futuras tecnologias avançadas, como inteligência artificial e medicina personalizada, para aprimorar a pesquisa, o desenvolvimento e o atendimento ao paciente. Em um mundo em constante evolução, os empreendedores farmacêuticos desempenham um papel fundamental na melhoria da saúde global por meio da criação de terapias inovadoras e da busca por soluções para desafios de saúde cada vez mais complexos (Gambeta, 1982).

#### **3.1 AS INTERFACES E PARTICULARIDADES DO EMPREENDEDORISMO FARMACÊUTICO**

Rodan afirma que um empreendedor é um indivíduo ou grupo que identifica oportunidades de negócios e cria novas empresas ou projetos para explorá-las; ou até mesmo a definição de Idalberto Chiavenato, um dos grandes autores em contextos organizacionais, o qual cita que o empreendedor é uma pessoa que exhibe características como inovação, criatividade, disposição para assumir riscos e habilidades de gestão para criar e desenvolver empreendimento bem-sucedidos (Costa, 2016).

As definições citadas acima convergem no sentido de que um indivíduo empreendedor é alguém que consegue ir além do que está posto, ir além das regras já estabelecidas e com a motivação de um sonho ou objetivo, consegue se moldar para transformar as necessidades e dificuldades e potencialidades e lucros, alguém que busca no ambiente as oportunidades para se fazer relevante e essencial em sua área (Costa, 2016).

Os temas vinculados ao empreendedorismo confluem no quesito das micro e pequenas empresas. Sobre isso Costa, (2016) relata:

A economia brasileira deve-se muito às micro e pequenas empresas que somam aproximadamente 5,7 milhões de micro e pequenas empresas (MPE'S) espalhadas nas diversas regiões brasileiras empregando mais de 56,4 milhões de pessoas, sendo responsável por 98% dessas empresas representando um fomento bem expressivo na economia segundo dados do IBGE em 2014. A movimentação da economia brasileira representa um elemento importante e indispensável das MPE'S juntamente com os micros empreendedores. O acréscimo das MPE'S nos últimos dez anos elevou-se consideravelmente proporcionando milhões de empregos formais com carteira assinada representando mais da metade da massa salarial do país. As MPE'S são agentes econômicos flexíveis proporcionando novo dinamismo e força ao mercado apresentando vantagens sócio econômicas significativas para o país. Atuando nos mais variados setores em atividades, estas empresas representam uma força extra para a economia nacional, no município em pesquisa a presença dessas empresas representam uma parte relevante perante o comércio local, oportunizando vários nichos mercadológicos compondo a estrutura produtiva (p.9).

Um empreendedor do ramo farmacêutico aconselha-se que possua uma série de características combinadas para um bom exercício profissional e alcançar suas metas e objetivos de uma forma mais rápida e salutar. Algumas das principais características que são exigidas desse profissional são a tomada de riscos, tomada de decisão, ter um aguçado pensamento estratégico, facilidade na comunicação de ideias, um bom trabalho motivacional, alta tolerância à ambiguidade e imprevisibilidades, e um locus de controle dos eventos internos (Nascimento, 2021).

### **3.2 AS PRINCIPAIS PROBLEMÁTICAS E DESAFIOS**

O ramo do empreendedorismo farmacêutico não se abstém de uma série de problemáticas que o limita e atrasa uma maior expansão dessa área como geradora de potencialidades e oportunidades em um âmbito mais regional e nacional. As ditas problemáticas são diversas, como a manifesta expansão das micro e pequenas empresas com demandas semelhantes, uma grande força no nível de competição com os mais diferentes tipos de investimento, fora a necessidade de se reinventar a cada novo desafio (Costa, 2016).

Um dos grandes desafios encontrados para o empreendedorismo farmacêutico é o fim precoce das empresas. Uma série de fatores explicam tal problemática como, por exemplo, uma má condução de uma forma geral ou específica em áreas importantes do negócio e a falta de logística específica para o ramo farmacêutico, como a má administração do capital de giro da empresa, pontos

estabelecidos de formas inadequadas, problemas financeiros, alta concorrência, inadimplência e falta de experiência em gerir os negócios, ou até mesmo as crises econômicas do país (Costa, 2016).

Das dificuldades enfrentadas pelos empreendedores do ramo farmacêutico, umas das que mais possui evidência é ter um bom planejamento prévio de suas ações, como estabelecer metas plausíveis à região, emitir comportamentos públicos e privados com o espírito empreendedor, identificar com rapidez as deficiências na gestão empresarial, gerenciar as crises econômicas e realizar uma perfeita separação entre processos da empresa e processos pessoais, pois não se pode negligenciar a saturação do mercado em âmbito nacional (Costa, 2016).

O empreendedorismo farmacêutico é um campo desafiador e complexo que enfrenta muitos desafios e questões únicas. Primeiro, o processo de desenvolvimento e aprovação de medicamentos é notoriamente longo e caro. Muitas empresas farmacêuticas emergentes lutam para financiar adequadamente os estudos e ensaios clínicos necessários para a aprovação regulamentar, o que pode levar anos e custar uma quantidade considerável de recursos monetários. Esta é uma grande barreira à entrada de empresários farmacêuticos que não têm acesso a recursos suficientes (Gambeta, 1982).

Além disso, a concorrência no setor farmacêutico é acirrada. Grandes empresas farmacêuticas globais dominam o mercado e possuem vastos recursos para pesquisa, marketing e vendas. Isso torna difícil para as startups farmacêuticas competirem, encontrarem um nicho de mercado e tornarem mais conhecidos os seus produtos inovadores. A regulamentação governamental é também um grande desafio, porque exige que as empresas farmacêuticas cumpram normas rigorosas de qualidade e segurança, as quais são difíceis de cumprir e monitorizar, especialmente para empresários com recursos limitados (Gambeta, 1982).

Nesse cenário, também impõe uma dificuldade que é a incerteza no mercado de saúde, devido a mudanças regulatórias, políticas públicas e pressões de custos, o que pode tornar difícil prever o ambiente em que as empresas farmacêuticas operam e afetar o planejamento estratégico a longo prazo. Enfrentar essas dificuldades requer uma combinação de inovação, perseverança e estratégia cuidadosa por parte dos empreendedores farmacêuticos (Nascimento, 2021).

Diante de todas essas dificuldades apresentadas, fica nítido o aspecto particular do empreendedorismo farmacêutico, porque ainda necessita de uma união entre iniciativas privadas, iniciativas públicas e a efervescência acadêmica para buscar novas soluções diante de tantos desafios que surgem a todo momento para esse ramo (Pinto e Barreiro, 2013).

Um ponto que não deve ser negligenciado quando se fala em empreendedorismo não apenas no ramo farmacêutico, mas em muitas outras áreas, é o fato de que os profissionais que saem das universidades não têm um conhecimento prático de conhecimento de mercado, conhecimento da sua prática, e conhecimento dos princípios mais básicos que são necessários para buscar empreender na sua área (Nascimento, 2021).

Os modelos de educação presentes nas universidades e faculdades que atuam, em âmbito nacional, seguem o modelo sistematizado há muito tempo: o modelo cartesiano, onde os conhecimentos e as formas de se estudar e aprender as aulas e conteúdos são muito distantes da realidade e necessidade dos sujeitos. A função e conceito dos empreendedores é buscar sua forma de atuação na modificação daquela realidade, trazendo algo novo, que beneficia aquela comunidade. No entanto, esse conhecimento não é passado para os estudantes,

possibilitando o surgimento de novas ideias e empreendedores (Nascimento, 2021).

Logo, uma das principais problemáticas e desafios é passar esse espírito empreendedor para os estudantes de farmácia, sendo necessário um aporte maior das universidades e faculdades que os coloquem em contato e compreendam o suficiente para buscarem montar seus negócios sem tanta falta de conhecimento da área, para que possam observar em suas comunidades as principais demandas e como utilizar do âmbito empreendedor para melhorar a qualidade de vida geral dessas comunidades (Costa, 2016).

Sobre essa dificuldade que os estudantes de farmácia passam ao longo dos cursos formativos em relação ao aspecto empreendedor Nascimento, (2021) ressalta:

Os cursos de farmácia são muito semelhantes em todo o setor e incluem assuntos relacionados a dois aspectos principais da educação em farmácia: ciência e prática. Para inovação em serviços clínicos fornecidos por farmacêuticos, os estudantes de farmácia devem primeiro ter bases como gerentes eficientes. Os serviços clínicos não podem existir sem um profissional experiente e eficiente em gestão de recursos humanos e gestão de negócios para a otimização da prática. Expandir a educação em gestão de negócios para farmacêuticos pode ter muitos benefícios indiretos relativos a grupos de competências empreendedoras, respondendo à necessidade crescente de aumentar a eficiência empresarial dos líderes da indústria. Por exemplo, uma maior compreensão das demonstrações financeiras pode permitir uma melhor comunicação com um contador contratado ou aumentar a confiança do aluno ao avaliar as decisões financeiras. A aprendizagem empreendedora é um processo exploratório ou jornada, em que o valor da aprendizagem é visto por meio dos alunos vivenciando e refletindo sobre o processo, passando do mundo acadêmico para o externo de várias maneiras, física e digitalmente. (p.9).

Uma das dificuldades dos processos de empreendedorismo farmacêutico é ter que enfrentar as constantes transformações nacionais e mundiais que acometem o cenário constantemente, pois os países emergentes aplicam às demandas de uma grande necessidade do ramo farmacêutico visto que lidar com os entraves sociais e monetários incluídos no processo e conciliar de forma harmoniosa os aspectos governamentais, privados e acadêmicos são exigências centrais do empreendedorismo no ramo farmacêutico (Kornis, Braga e Paula, 2014).

### **3.3 O EMPREENDEDORISMO FARMACÊUTICO COMO GERADOR DE OPORTUNIDADES**

Mesmo diante das mais diversas adversidades e problemáticas advindas de uma série de contextos sistêmicos aplicados ao ramo farmacêutico, deve-se compreender tal especialidade ainda como área da potencialidade, pois atua em um dos pilares no âmbito da economia e de relevância social (Costa, 2016).

Para ter sucesso no empreendedorismo farmacêutico, os empresários farmacêuticos necessitam de um elevado grau de capacidade para identificar oportunidades e satisfazer as necessidades de saúde da sociedade de forma inovadora, criativa, saudável e eficiente. Isso é especial pois a indústria farmacêutica desempenha um papel importante na promoção da saúde e no tratamento de doenças, porque estão constantemente em busca de soluções inovadoras, incluindo o desenvolvimento de novos medicamentos, a melhoria dos processos de produção

e a criação de serviços farmacêuticos personalizados que contribuam para a qualidade de vida das pessoas (Gomes, Alves e Pereira, 2015).

Além disso, o sucesso no empreendedorismo farmacêutico está frequentemente relacionado à capacidade de adaptação às mudanças regulamentares e tecnológicas, pois o setor farmacêutico está em constante evolução. Novas descobertas científicas e avanços tecnológicos impactam a forma como os medicamentos são desenvolvidos e comercializados. Os empresários farmacêuticos, que conseguem acompanhar estas mudanças e inovar em resposta às exigências do mercado, têm maiores probabilidades de sucesso (Gambeta, 1982).

Finalmente, o compromisso ético e a responsabilidade social desempenham um papel fundamental no sucesso das empresas farmacêuticas. Os empreendedores nesta área devem priorizar a segurança do paciente, a qualidade dos produtos e o cumprimento de regulamentações rígidas. Além disso, muitos empresários farmacêuticos participam em iniciativas sociais como a doação de medicamentos a comunidades necessitadas, demonstrando um verdadeiro compromisso com o bem-estar da sociedade e melhorando a sua reputação no mercado. Em resumo, o sucesso no empreendedorismo farmacêutico é alcançado através da inovação, adaptação, ética e responsabilidade social (Gomes, Alves e Pereira, 2015).

Dentre os mais diversos setores industriais e empresariais, o ramo farmacêutico é um dos mais inovadores, que mais lida com as demandas urgentes da nação e do mundo, porque é um cenário de muitas possibilidades de crescimento e de potencialidades, seja no desenvolvimento de novas tecnologias ou a adaptação de conhecimentos já obtidos para um melhor desempenho em problemas já existentes. O ramo farmacêutico possui a particularidade de capacitação em grande grau dos atores que fazem parte desse processo, visto que exige para uma boa efetividade no ramo uma qualificação prática e teórica bem fundamentada de seus profissionais (Pinto e Barreiro, 2013).

O ramo farmacêutico vem de um grande crescimento nos últimos anos, evidenciando mais uma vez esse ramo de potencialidades. No intervalo de 2015 até 2019 o mercado farmacêutico nacional cresceu cerca de 53%, e isso se deu por uma série de fatores, como a oferta em larga escala de novos tratamentos e a eficácia dos mesmos, além da variável etária com o envelhecimento da população que se mostra um fenômeno vasto para estudos e oportunidades de empreendedorismo para melhor atender e suprir as demandas (Alvarenga e Melo, 2021).

Também não se pode ignorar a vastidão que o ramo farmacêutico possui, ao oferecer produtos e serviços para uma grande e vasta população, nas mais diferentes idades e gostos, em seus mais diversos âmbitos, o que faz desse ramo uma grande oportunidade de negócio, atendendo praticamente todos os tipos de públicos, ou seja com o estudo de mercado bem efetivo, com a análise bem feita da região proposta e com o conhecimento de técnicas de alavancar o empreendimento, as oportunidades estratégicas de crescimento são quase infinitas (Alvarenga e Melo, 2021).

Ainda sobre as potencialidades desse empreendedorismo, (Alvarenga e Melo, 2021) citam:

O empreendedorismo no ramo farmacêutico, juntamente com um bom plano de negócios, é, sem dúvida, primordial para a criação e o desenvolvimento de riquezas de um país, pois ajuda na promoção do crescimento econômico

e, conseqüentemente, aprimorar as condições de vida da população, pois gera empregos e renda. Uma das essências do empreendedorismo é o pensamento dos empreendedores de como ganhar escala, de criar uma marca forte o suficiente para ser permanente e para seduzir cada vez mais clientes. É preciso ter capacidade de planejamento, de organização, de perseverança, visão de negócio e comprometimento, características imensamente relevantes a todo bom empreendedor. Por meio dos resultados alcançados na pesquisa e na análise dos dados coletados, foi possível perceber que o empreendimento é desejável, assim como é possível determinar o cliente-alvo, isto é, as predileções dos consumidores. Mediante a adoção de uma gestão de preços consonantes com o mercado, um atendimento renovado em relação à atenção farmacêutica, produtos e atendimento diferenciados, é possível obter sucesso. Alcançado, graças ao plano de negócios, o objetivo de que o negócio caminhe em ordem, cresça e dê lucros (p.11).

O empreendedorismo no ramo farmacêutico é muito associado ao estabelecimento físico de estabelecimentos, como farmácias e drogarias. Contudo, a amplitude da Farmácia, de modo geral, envolve a melhora na qualidade de vida, e uma busca mais salutar de diversos aspectos porque a saúde, de uma forma geral e integral, é a junção dos medicamentos, com âmbitos sociais e comunitários, com âmbitos hospitalares e muitos outros que convergem na vastidão de oportunidades nesse quesito (Nascimento, 2021).

### **3.4 O EMPREENDEDORISMO NA INDÚSTRIA COSMÉTICA**

Como exposto nos tópicos acima, uma das formas onde o empreendedorismo converge em definições e delimitações é a capacidade de observar as nuances, complexidades e oportunidades que vão se mostrando nos mais diversos cenários. Uma das particularidades e pulsantes fenômenos que vêm ocorrendo nas últimas décadas é o incessante aumento no mercado dos cosméticos no Brasil. Tais resultados constantemente sobem o país na lista de países que mais consomem os produtos e serviços de características cosméticas no mundo, atrás apenas de Japão e Estados Unidos (Gallas, *et al*, 2015).

Nesse cenário, são bem diversas as contingências que, em combinação, colocaram o Brasil nessa posição de destaque no âmbito das nuances cosméticas. As mais notáveis foram as grandes estruturas de investimentos em desenvolvimento e pesquisas de novas tecnologias que iriam auxiliar tanto na parte de produção, distribuição e marketing desses cosméticos. Além disso, a grande alteração nas fiscalizações regulatórias, e a riqueza de extensão e matéria prima, impulsionaram o país para essa grande efervescência da indústria dos cosméticos (Gallas, *et al*, 2015).

Para a indústria dos cosméticos, uma palavra que constantemente acompanha a maioria dos estudos quantitativos e qualitativos na jornada do empreendedorismo cosméticos é “inovação”, pois está constantemente relacionada a todas as bases que fundamentam os pilares sociais, científicos e econômicos do setor de cosméticos, possibilitando cotidianamente novas oportunidades de vencer desafios citados anteriormente, seja por meio de descobertas nos meios científicos, tecnológicos ou sociais. Essa indústria está em constante movimento com uma junção de fatores que a impulsionam para adiante, com uma busca constante por novos resultados e tecnologias para suprir uma demanda cada vez mais pulsante da sociedade pelos cosméticos sejam em questões mais simples, ou as mais

complexas que exijam desses produtos (Gallas, *et al*, 2015).

Teixeira (2019) já ressalta que:

“Cola-se ao exposto, a empregabilidade que nos últimos vinte anos o setor ofereceu, com crescimentos sucessivos e aumento na quantidade de empresas disponíveis no país, além da inquebrantável permanência dos resultados do setor apesar das dificuldades de sobrevivência, em âmbito global, no ambiente econômico. A repercussão dessa pesquisa encontra-se no âmbito da administração de empresas, pois o setor ora investigado é, como demonstrado, independentemente do cenário econômico, sempre assertivo para investimentos e abertura de negócios. Com base nas comparações, sistematizações e exposição de dados, afirma-se que os fatores que tornam o setor propício ao desenvolvimento e, acima de tudo, os fatores que corroboraram para resultados tanto socialmente quanto economicamente relevantes, são: culturais, operacionais, o fenômeno da inversão da pirâmide etária, a eminência do mercado masculino, a inserção da mulher no mercado de trabalho, e o índice batom”

Muitos trabalhos na literatura, sejam reportagens, artigos, teses ou dissertações comentam que o desenvolvimento científico e tecnológico da indústria dos cosméticos vem diante de um amplo contexto sócio-histórico que possibilitou que esse meio crescesse de uma forma quase que exponencialmente nas últimas décadas, visto que nos últimos anos algumas das regiões do país começaram a ter as condições de vida básicas sanadas, como saneamento básico, alimentação, moradia, emprego dentre outros. Além disso tais transformações foram capazes de induzir e adicionar aos contextos de muitos brasileiros uma maior qualidade de vida e uma busca pelo bem-estar e qualidade de vida de uma forma mais ampla. Dentre essas possibilidades, o ramo farmacêutico e de cosméticos lida muito bem com essas novas demandas da sociedade (Teixeira, 2019).

Ainda sobre o tópico acima, é bem notável a presença de uma teoria que embasa e engrandece os diálogos sobre a situação posta anteriormente, que é a “Teoria das Necessidades”, a qual por mais que hodiernamente apresente algumas críticas vinculadas a algumas evidências mais restritas no empirismo de pesquisa ainda são boas ferramentas para compreender algumas dessas necessidades mais urgentes dos sujeitos. A teoria do autor Abraham Maslow defende uma hierarquia de necessidades e uma ampla teoria sobre as motivações humanas, pois não alega que se aplica a todos os sujeitos, mas a boa parte da amostra estudada por ele, e com algumas replicações ao longo dos anos, percebeu-se que também aplicava a outros contextos (Ferreira e Demutti, 2010).

A Teoria das Necessidades indica e deduz que os mais diversos fatores de motivações humanas podem ser divididos em 5 fatores que podem ser dispostos em uma forma de pirâmide, onde a base da pirâmide e maior parte das necessidades e motivações humanas estariam vinculadas às necessidades fisiológicas dos sujeitos como fome e sede, que motivam o sujeito de uma forma quase que reflexa em satisfazer e lidar com essas necessidades motivacionais as quais estão vinculadas à sobrevivência. Após a parte das necessidades fisiológicas, entram as necessidades com a segurança, ao se proteger de danos físicos, patrimoniais, simbólicos e emocionais. Após a segurança, acompanham as necessidades sociais, como amizade e participar de grupos; depois a estima que entra como respeito próprio e autonomia e na ponta da pirâmide a auto realização, que é a busca por crescimento e potencial (Ferreira e Demutti, 2010).

Nesse sentido, após muitos contextos, por todo o país terem superado as

necessidades mais básicas da pirâmide sobre as questões de estima e de auto realização no topo da pirâmide, elas se comportam como as últimas formas de motivação humana na teoria de Maslow, que envolve um cuidado maior com a saúde e com a sua potencialidade. E é nesse contexto que os empreendimentos no ramo cosmético entram fornecendo as ferramentas e meios para se chegar a uma boa parte dessas necessidades de estima e auto realização, que compõem, de uma forma geral, as nuances que lidam com o bem estar e a saúde de uma forma biopsicossocial (Teixeira, 2019).

Atualmente, uma boa parcela das pessoas com poder aquisitivo e acesso à informação vê na indústria cosmética e farmacêutica um meio de atingir uma nova etapa de satisfação com si mesma, pois além do aumento da renda existem mais uma série de fatores sócio-históricos que contribui para essa parcela da população buscar tanto a indústria cosmética como a própria estabilidade financeira e também a maior longevidade dos sujeitos, que estão vivendo mais, graças a uma mudança de mentalidade para uma vida mais saudável e busca por medicamentos e cosméticos que ajudam a manter essa longevidade e bem estar aos sujeitos (Teixeira, 2019).

Sabe-se que as bases empreendedoras são essenciais para um crescimento orgânico e potente de um país, pois além de proporcionarem uma série de avanços, elas também potencializam o progresso científico, o progresso tecnológico e também fomentam boa parte das ofertas de emprego existentes no país, deixando claro em uma série de nuances e searas que as propostas empreendedoras impulsionam o país das formas mais diversas possíveis, tendo como uma das mais concretas e diretas conseqüências disso o avanço econômico e social da nação (Câmara e Andalécio, 2012).

As concepções que se tem, atualmente, sobre as promessas de sucesso que o empreendedorismo traz tem um efeito muito sedutor para uma série de pessoas que dentro de seus nichos e linhas de atividades buscam expandir produção e ter uma alta taxa de lucratividade. Contudo, essa atividade exige lidar de forma bem integrada com os riscos e benefícios que essa investida pode trazer, principalmente para leigos que não compreendem muito bem como são as diversas estruturas que fomentam o empreendedorismo, pois sonham e colocam como uma meta plausível uma taxa de lucratividade muito acima da realidade daquele setor e daquele empreendimento específico. Nesse momento é necessária uma concepção mais realista e um estudo aprofundado sobre o que de fato são as jornadas empreendedoras (Ferreira e Filho, 2011).

Sobre o empreendedorismo Gallas, et al, (2015) relata:

“O empreendedor destaca-se, na sociedade, por ser portador de energia e capacidade de realizar coisas novas, desejar ver as coisas acontecerem pela criação em si, sendo considerado um criador de novas combinações. O empreendedor deve ter habilidade para que o novo seja implementado e que novas combinações sejam adicionadas à atividade econômica, de modo a perder sua condição de criador e empreendedor, passando a fazer parte da classe capitalista. Essas combinações podem tornar-se a introdução de um novo bem, de um novo método de produção ou de comercialização de um bem, abertura de um novo mercado ou novas fontes de oferta de matérias-primas, focando, assim, na inovação do produto, do processo organizacional ou de mercado. Algumas características empreendedoras e alguns aspectos mais importantes do comportamento empreendedor, tais como ter conhecimento de uma determinada empresa, possuir energia pessoal e ser capaz de trabalhar por longas horas e vários dias, podem ser

desenvolvidos ao longo do tempo. Dentre os requisitos dominantes de um empreendedor apresentados pelo autor, consta a necessidade de estar preparado para alavancar a construção do negócio nos primeiros anos. O compromisso necessário, por parte do empreendedor, é medido por algumas das expectativas que a empresa capitalista tem para medir a vontade de investir. As âncoras de carreira do empreendedor são a criatividade e a inovação, além da importância em ter conhecimento do negócio que pretende lançar” (p.174).

As particularidades do empreendedorismo farmacêutico também precisam ser levadas em consideração, pois são as que mais expandem se garantem em suas posições um destaque diante do empreendedorismo. Nesse segmento, são permitidos constantemente estudos empíricos de uma série de fatores como o as abordagens gerenciais e de prognósticos institucionais, além de constantemente terem grandes avanços tecnológicos (Ferreira e Filho, 2011).

O setor cosmético possui uma série de particularidades e características bem definidas. Segundo Teixeira (2019), a palavra “cosmético” pela forma em que se manipula, cria e transforma uma série de produtos orgânicos ou sintéticos em produtos estéticos onde o enfoque dessas alterações é o controle de aspectos externos do corpo humano, em busca de uma alteração simples ou mais complexa de sua aparência.

O ramo farmacêutico e de cosmética ainda tem a alcunha de ser um dos meios de empreendedorismo mais importantes para a manutenção social e econômica salutar da nação, pois não são poucos os municípios onde a economia depende desse ramo de uma forma quase que integral, seja na formação de empregos e de renda, seja para suprir uma grande necessidade social hoje que tem nos medicamentos e cosméticos, parte central da estrutura sociocultural do país. Além disso, as perspectivas de crescimento também são constantes nesse sentido, pois as novas tecnologias aparecem suprimindo as novas e sistêmicas necessidades daquela região e do país, de uma forma geral, seja para ampliar aspectos de saúde com o auxílio das medicações, que constantemente evoluem para minimizar os efeitos colaterais e contra indicações, seja para maximizar os resultados positivos e foco em saúde integral dos sujeitos, visto que de que os cosméticos estão cada vez mais presentes na rotina e na lista de necessidades dos brasileiros tornando essas áreas cosméticas e farmacêuticas ponto central na roda da economia do país (Ferreira e Filho, 2011).

Diante do exposto são notórias as vastas linhas de oportunidade que vão se criando a partir da relação entre os desafios propostos pela sociedade e as situações empreendedoras para gerir e potencializar essa demanda. Nessa linha, as particularidades do ramo cosmético impõem ainda mais desafios e oportunidades para os empreendedores que consigam captar tal nuance e evoluir a partir dela. Nesse cenário, é fundamental que esses gestores do ramo cosmético tenham um ambiente competitivo e saudável para buscarem sempre a evolução e não a estagnação de sua área (Ferreira e Filho, 2011).

O farmacêutico apresenta conceitos e fundamentos próprios para conseguir captar as necessidades pulsantes do mercado e da sociedade. Logo os empreendedores nessa área precisam desenvolver competências e habilidades de gestão que o coloquem em evidência na sua região, principalmente por estarem sensíveis aos avanços e inovações desse campo, ao gerenciarem bem uma equipe que se mantenha motivada e constantemente buscando novos meios de lidar com os mais diversos públicos e em como conquistar novos (Ferreira e Filho, 2011).

Para lidar com tantas demandas e particularidades, os comportamentos desses empreendedores devem ser de verdadeira perspicácia, pois é preciso compreender que algumas dinâmicas e alguns comportamentos dos sujeitos são motivados e mantidos por emoção ou por razão a fim de compreender em quais momentos cada um se aplica e, principalmente, saber utilizar dessas nuances para potencializar e maximizar suas ações de marketing e evolução científicas, tecnológicas e sociais. Contudo o contexto do empreendedorismo também é composto por sujeitos está passível de ser controlado por emoção e por razão, porque saber mediar essas forças internas e tomar as decisões da forma mais salutar e assertiva possível também se tornam um grande desafio (Ferreira e Filho, 2011).

Dolabela (200) ressalta que:

“o empreendedorismo é um fenômeno cultural. Estudos mostram que, para um empreendimento obter sucesso, é necessário uma série de atributos e comportamentos por parte dos empreendedores. É por meio da criatividade que o empreendedor promove o desenvolvimento de novas ideias aplicando-as de maneira prática e trazendo inovação para os negócios. Assim, portanto entende-se que empreendedorismo é pensar, planejar e agir de forma que os objetivos sejam alcançados. Os empreendedores desejosos em incrementar os seus negócios arriscam no ensejo de alcançar seus objetivos. Geralmente definem seus objetivos, por intermédio de recursos disponíveis de forma criativa, formulando perspectivas de ter lucros enquanto gerenciam os riscos e as ameaça de fracasso. Portanto, pode-se perceber nas definições de diversos autores que existem alguns pontos em comum, como a iniciativa, criatividade, liderança, capacidade de correr riscos, comprometimento, busca por qualidade, eficiência, persistência, autoconfiança, identificação de oportunidades, capacidade de desenvolver uma visão, saber persuadir quando necessário, acreditar no poder de colocar a sorte a seu favor e, enfim, busca pela transformação de sonhos em realidade” (p.35).

Existem muitos estudos e experimentos os quais buscam compreender as formas que as ações dos sujeitos são tomadas e quais são os aspectos que influenciam nessas decisões. No ramo empresarial esses resultados ocorrem de uma forma bem semelhante. Esses estudos indicam e mostram que muitas ações e tomadas de decisão vêm impregnadas e influenciadas por uma série de fatores presentes do cotidiano dos sujeitos, principalmente a cultura, os papéis sociais, as experiências de vida e a personalidade dos sujeitos, pois cada ação deve ser tomada com base em compreender muito bem o mundo e as oportunidades que o ramo cosmético estão oferecendo e utilizar de suas próprias idiossincrasias para ter uma visão única de resolução de problemas que combine inovação com subjetividade (Ferreira e Filho, 2011).

Sobre a subjetividade que também se manifesta pelo seu conhecimento sobre a área e sua capacidade de ser criativo, Chiavenato (2003) ressalta:

“através da criatividade é que se desenvolvem respostas para problemas ou oportunidades do momento. A criatividade não se resume em criar algo novo, uma nova ideia, um produto novo, um novo método ou a solução de um problema; é também perceber que se pode mudar algo. Assim, não é preciso uma grande ideia, mas, sim, uma ideia de um bom resultado. Para o desenvolvimento da criatividade é preciso abandonar a zona de conforto e libertar os bloqueios que impedem o uso da capacidade mental. Não resta dúvida que, para se alcançar a sucesso através de um método, é

fundamental envolver os atores, através do mapa de estratégias, onde as perspectivas financeiras e operacionais convergem para o lucro. Com o mundo globalizado o conhecimento é fundamental para as organizações que estão aprendendo, pois a troca de informações entre seus integrantes gera um efeito coordenado na execução de suas tarefas. Com a economia globalizada a organização precisa fazer uso das ferramentas do mundo moderno como para poder enfrentar os seus competidores. Portanto, as constantes mudanças tecnológicas e um ambiente mutável, onde se busca a competitividade, os gestores devem estar atentos aos resultados, buscando a sobrevivência da organização. O conhecimento é cada vez mais necessário, pois é por meio desta ferramenta que o caminho para inovação se torna mais fácil. O compartilhar conhecimento entre as pessoas traz melhorias para a organização na forma interpretada pelo autor” (p.38).

Também é necessário que o empreendedor na área dos cosméticos seja capaz de identificar todas as potencialidades e limitações de sua equipe e de sua região, pois terá que buscar aplicar as potencialidades da melhor forma possível e minimizar as limitações para que as perdas de oportunidades e lucratividade sejam reduzidas ao máximo que o empreendedor conseguir gerenciar. Essas ações de análise de mercado, de região e de equipe precisam passar por uma coordenação de esforços que visem um objetivo comum entre os membros e as oportunidades surgindo no meio em que a empresa do ramo farmacêutico ou cosmético estão inseridos (Ferreira e Filho, 2011).

As particularidades do ramo farmacêutico e de cosméticos não param das características atenuadas dos empreendedores, mas vão muito além para reconhecer padrões tanto nacionais quanto internacionais. De fato, atualmente, existe uma demasiada heterogeneidade no que tange às estruturas e tamanhos das empresas que se caracterizam nessa seara de farmácias e cosméticos, e isso se observa constantemente nas mais diversas regiões do país, principalmente, as capitais, onde se encontram os mais díspares estabelecimentos, principalmente no que tange à estrutura e investimento. Esse fenômeno ocorre de forma global, pois há um curto espaço geográfico onde se encontram grandes conglomerados de empresas com muito financiamento e multinacionais, que dividem espaço com médias e pequenas empresas, e cada uma com formas de comercializar irá indicar tanto a variabilidade de alguns produtos quanto a dimensão social, científica e tecnológica daquela região (Guimarães e Cardoza, 2005).

Como Já Mencionado, as indústrias farmacêuticas estão em uma posição de extremo destaque e importância nas economias mundiais, porque geram diversos debates políticos e geográficos sobre a implementação de novas políticas públicas, tributárias e legislativas que afetem de forma indireta ou direta o ramo cosmético e farmacêutico. Ademais, a grande heterogeneidade dificulta esses aspectos pois as empresas não andam em uniformidade, visto que boa parte dos geradores de emprego e renda de uma região estão divididos de forma mais igual ou desigual dependendo do contexto, em pequenas e artesanais empresas do ramo, e as multinacionais que adentram com muito investimento e um aporte a curto e médio prazo mais seguro (Teixeira, 2019).

Guimarães e Cardoza, (2005) comentam que:

“No entanto as barreiras econômicas, quais sejam, sofisticação tecnológica dos produtos desenvolvidos nestes países e visibilidade e consolidação alcançadas pelas marcas mais tradicionais, dificultam o acesso a estes mercados, de produtos cosméticos de países que ainda não ocupam posição reconhecida na área. A elevada participação dos países

desenvolvidos no mercado mundial do setor está associada à existência de marcas fortes e mundialmente consolidadas, além das capacidades nas áreas técnica e produtiva. No caso brasileiro, verifica-se certo número de empresas com capacitações técnicas e detentoras de marcas fortes no mercado doméstico, o que não é capaz por si só de alavancar sua expansão no mercado mundial. Neste sentido, a conjugação de estrutura produtiva, tecnológica e comercial nos países centrais representa a principal barreira para o ingresso de atores periféricos no mercado mundial do setor. Basicamente vigoram três tipos de canal de distribuição no setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos: o canal considerado varejo tradicional – produtos comercializados em supermercados, farmácias, lojas especializadas, mas multimarcas-, venda direta – porta – a – porta -, e a distribuição por lojas franqueadas e especializadas em determinada marca. Como se pode observar na tabela abaixo, produtos de higiene pessoal são basicamente comercializados no varejo tradicional. O canal de venda direta responde significativamente pela comercialização de produtos cosméticos e, majoritariamente, pelos produtos de perfumaria (61,2%). O sistema de franquia apresenta maior representatividade na comercialização de perfumaria (18,5%) e pouca relevância, quando se trata da venda de produtos de higiene pessoal” (p.193).

Um dos grandes efeitos e particularidades que impulsiona a grande movimentação de empreendedorismo nesta área se justifica pois o comércio internacional dos produtos cosméticos, de higiene e de perfumaria é caracterizado quase que pela completa ausência de parâmetros legislativos que impõe barreiras tarifárias e outras formas de cobrança, aumentando de uma forma exponencial a lucratividade desse setor, pois as empresas ganham e incentivam sem quase nenhum demérito o comércio tanto para países desenvolvidos quanto para países em desenvolvimento, visto que a globalização auxilia a boa parte dos países do mundo buscarem os mesmos produtos ou classe de produtos estéticos (Guimarães e Cardoza, 2005).

O setor dos cosméticos não se distancia em nada das recentes mudanças que vêm ocorrendo nas últimas décadas relacionadas a novas visões e posicionamentos da sociedade, principalmente de uma sociedade globalizada, onde os mais diversos e amplos países do mundo passam a ter interesses e gostos em comum, ampliando bastante a clientela do setor de serviços cosméticos. As novas culturas voltadas ao corpo, ao bem estar e à demonstração de um status por meio do corpo são marcas definidoras da sociedade pós-contemporânea, onde as imagens são entrelaçadas às questões estéticas que são bem favorecidas por produtos cosméticos, visto que as preocupações excessivas com a beleza, principalmente, em classes sociais médias e altas, são tema central em muitas searas, e os produtos cosméticos hoje são vendidos e vistos pela sociedade como todo como um extensor de produtos de saúde (Teixeira, 2019).

Tudo isso passa a se intensificar no Brasil em meados da década de 1980, quando a mídia se estabeleceu com uma popularização que abarcava quase todos os cenários sociais e nacionais, com a criação de programas de televisão focados em mostrar belos corpos e imagens corporais associadas a um padrão de beleza e felicidade, com as características cosméticas mais belas e relevantes para aquela sociedade, onde os produtos vinculados a aspectos cosméticos passaram a ter uma nova função de ser responsáveis pela felicidade, saúde e bem estar dos sujeitos (Teixeira, 2019).

Nessa época, também surge um evento bem paradigmático na história da indústria cosmética no país que é a criação da Revista Boa Forma. Em 1984 foi um

marco batendo ótimas vendas e uma presença constante em quase todas as bancas de revistas do país. Logo depois, também surge ainda a revista Corpo a Corpo em 1987, que impulsionou ainda mais um mercado que cultuava o corpo e definia os aspectos cosméticos como expressão de saúde. Esse impulsionamento não teve regresso e se manteve constante até os dias hodiernos (Teixeira, 2019).

A área onde os cosméticos atuam atualmente se estabeleceu em âmbito nacional e segue em amplo crescimento. As razões para tais avanços são as mais diversas possíveis, como uma ampla gama de transformações culturais e sociais nas últimas décadas, mas o aumento da renda média dos brasileiros também ajudou a alavancar alguns gastos com estética e cosméticos na lista básica dos brasileiros, e esse aumento substancial no poder de compra dos sujeitos possui uma grande efetividade em colocar como status a alta preocupação com os cuidados pessoais e bem estar de uma forma mais geral (Teixeira, 2019).

Diante de todo o exposto acima, fica evidente que o ramo empreendedor nas searas farmacêuticas e cosméticas tem uma larga possibilidade de se alavancar cada vez mais para ampliar a sua presença nas mais diversas regiões do país. E diante de novos fenômenos, como o aumento da renda média, a inversão da pirâmide etária, e a revolução do corpo, essa indústria é um ramo que se mostra pronto para capitanear e se tornar cada vez mais fundante nas novas estruturas para avançar o país em níveis sociais, culturais, científicos e tecnológicos

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O trabalho buscou, a priori, identificar a mostrar uma visão bem sistêmica e holística do fenômeno empreendedor no setor farmacêutico e cosmético. Tal objetivo foi atingido, pois ao longo do percurso de pesquisa, leitura e construção do artigo notaram-se as particularidades desse setor podem potencializar e amplificar bastante a área de atuação e formação de novos profissionais capacitados e bem estruturados para o empreendedorismo e suas mais diversas nuances no setor farmacêutico e cosmético. Isso não apenas beneficia os profissionais, mas também muita agência como geradora de mudanças significativas na comunidade em que esse empreendedorismo está inserido.

As considerações finais deste estudo sobre o empreendedorismo no ramo farmacêutico e cosmético revelam *insights* importantes para a compreensão e intervenção nesses contextos complexos. A análise dos artigos, teses e dissertações acadêmicas ressaltam a amplitude de oportunidades que sobressaem os desafios de se estruturar um meio eficiente de empreender nestes setores.

Assim pode-se perceber ao longo das leituras e escrita que tal tema possui uma relevância muito maior do que se imaginava inicialmente, pois as interfaces entre os empreendimentos no ramo farmacêutico e cosmético estão interligadas, uma interferindo e modificando a outra, visto que os ornamentos sociais, culturais e econômicos amplamente se favorecem de um ambiente voltado para o crescimento e ampliação desses estudos nas redes de formação dos profissionais.

Diante de todas as explanações relatadas no trabalho, a compreensão dos benefícios ao trabalhar esse tema nos mais diversos contextos é evidente, pois os resultados também irão acompanhar toda a comunidade em volta do empreendimento, ao mostrarem seus efeitos salutareos em outras etapas e dimensões.

## REFERÊNCIAS

- ALVARENGA, Samia; DE MELO, Marciscley Luis Jorge. ESTUDO DE MERCADO APLICADO A UM EMPREENDIMENTO FARMACÊUTICO. **Revista Estratégia e Desenvolvimento**, v. 5, n. 2, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/60436/2/ESTUDO%20DE%20MERCADO%20APLICADO%20A%20UM%20EMPREENDIMENTO....pdf>>. Acesso em: 23 maio. 2024.
- BOCCATO, Vera Regina Casari. Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação. **Rev. Odontol. Univ. Cidade de São Paulo**, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006. Disponível em: <[https://arquivos.cruzeirodosuleducacional.edu.br/principal/old/revista\\_odontologia/pdf/setembro\\_dezembro\\_2006/metodologia\\_pesquisa\\_bibliografica.pdf](https://arquivos.cruzeirodosuleducacional.edu.br/principal/old/revista_odontologia/pdf/setembro_dezembro_2006/metodologia_pesquisa_bibliografica.pdf)>. Acesso em: 23 maio. 2024.
- CÂMARA, Erlon Campelo; ANDALÉCIO, Aleixina ML. Características empreendedoras: um estudo de caso com farmacêuticos utilizando o modelo de McClelland. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, v. 1, n. 3, p. 64-77, 2012. Disponível em: <<https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/32>>. Acesso em: 23 maio. 2024.
- CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações. In: *Introdução à Teoria geral da Administração: Uma visão abrangente da moderna administração das organizações*. p. 634-634, 2003. Disponível em: <<https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/60436>>. Acesso em: 23 maio. 2024.
- COSTA, Márcia Aparecida Frederichi. As dificuldades enfrentadas pelos micros e pequenos empresários do município de Cacoal-RO no setor farmacêutico. UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA. 2016. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/294853781.pdf>>. Acesso em: 23 maio. 2024.
- DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa. Editora de Cultura, **ed. rev. e atual**. São Paulo, 2000. Disponível em: <[https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos05/252\\_Empreendedorismo.pdf](https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos05/252_Empreendedorismo.pdf)>. Acesso em: 23 maio. 2024.
- FERREIRA, André; DEMUTTI, Carolina Medeiros; GIMENEZ, Paulo Eduardo Oliveira. A teoria das necessidades de Maslow: a influência do nível educacional sobre a sua percepção no ambiente de trabalho. **Anais do Seminários de Administração**, p. 1-17, 2010. Disponível em: <<https://sistema.semead.com.br/13semead/resultado/trabalhosPDF/703.pdf>>. Acesso em: 23 maio. 2024.
- FERREIRA, Noemy Witt; DE SÃO PEDRO FILHO, Flávio. Inovação em negócios: estudo de caso focalizando empreendimentos no ramo do comércio farmacêutico em Cacoal, Estado de Rondônia (Brasil). **Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales**, v. 7, n. 2, p. 27-64, 2011. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3899968>>. Acesso em: 23 maio. 2024.

GALLAS, Juliana Cristina; VARGAS, Sandra Martins Lohn; LENZI, Fernando César. A indústria de cosméticos sob a perspectiva do empreendedorismo e da capacidade dinâmica. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 8, n. 1, p. 170-198, 2015. Disponível em:

<<https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/EeN/article/view/2226>>. Acesso em: 23 maio. 2024.

GAMBETA, Wilson Roberto. Ciência e indústria farmacêutica: São Paulo, primeira república. **Estudos Econômicos (São Paulo)**, v. 12, n. 3, p. 87-98, 1982. Disponível em:

<[https://scholar.google.com/scholar?oi=gsb90&q=GAMBETA%2C%20Wilson%20Roberto.%20Ci%C3%Aancia%20e%20ind%C3%BAstria%20farmac%C3%AAutica%20%20S%C3%A3o%20Paulo%2C%20primeira%20rep%C3%BAblica.%20Estudos%20Econ%C3%B4micos%20\(S%C3%A3o%20Paulo\)%2C%20v.%2012%2C%20n.%203%2C%20p.%2087%2098%2C%201982&lookup=0&hl=pt-BR](https://scholar.google.com/scholar?oi=gsb90&q=GAMBETA%2C%20Wilson%20Roberto.%20Ci%C3%Aancia%20e%20ind%C3%BAstria%20farmac%C3%AAutica%20%20S%C3%A3o%20Paulo%2C%20primeira%20rep%C3%BAblica.%20Estudos%20Econ%C3%B4micos%20(S%C3%A3o%20Paulo)%2C%20v.%2012%2C%20n.%203%2C%20p.%2087%2098%2C%201982&lookup=0&hl=pt-BR)>. Acesso em: 23 maio. 2024.

GOMES, Antonio Costa; ALVES, Carlos Roberto; DE LIMA PEREIRA, Claudineia. Empreendedorismo e gestão do conhecimento no ramo farmacêutico: literatura comparada. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 5, n. 1, p. 115-134, 2015. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5112312>>. Acesso em: 23 maio. 2024.

GUIMARÃES, Liliane de Oliveira; CARDOZA, Guillermo. Cosméticos Contém 1g: um caso de empreendedorismo e inovação. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 9, p. 181-199, 2005. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/rac/a/cxpmGLJBmrDCK3FC7LbHmRJ/f/>>. Acesso em: 23 maio. 2024.

KORNIS, George EM; BRAGA, Maria Helena; PAULA, Patrícia A. Transformações recentes da indústria farmacêutica: um exame da experiência mundial e brasileira no século XXI. *Physis*: **Revista de Saúde Coletiva**, v. 24, p. 885-908, 2014. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/physis/a/Zbvkh3TfKzqZbzbPDS3Bkx/?lang=pt&format=html>>. Acesso em: 23 maio. 2024.

NASCIMENTO, Giovanna Christina Oliveira. Educação empreendedora no ensino da Farmácia. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. 2021. Disponível em:

<<https://www.redalyc.org/journal/4417/441769867008/441769867008.pdf>>. Acesso em: 23 maio. 2024.

NEVES, José Luis. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades.

**Caderno de pesquisas em administração**, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 1-5, 1996. Disponível em:

<[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54648986/PESQUISA\\_QUALITATIVA\\_CARACTERISTICAS\\_USO-libre.pdf?1507390118=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPESQUISA\\_QUALITATIVA\\_CHARACTERISTICAS\\_USO.pdf&Expires=1716488089&Signature=JjTwjVo3eQYhTudcHEbvKx1G~vDjMjPhNIPoNewVRuSuDu6qpOMZhyVvEqkA9Q5MW5MyEdcURHVI9EqYt8FxoFKGrWKVsDKxy79QUd43TzjITYE7X60Gju9B4IOOPm5TqUCgcZ-zByuU5pV5j2fgTRPQpxEL0i6FnUZVXDLIN1KqPntSmEqtnN8VykZd8duqu4djfH7tTN~-sCnTcSi~0X4NoJJCEEbp8eH1uYSVVMRC](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54648986/PESQUISA_QUALITATIVA_CARACTERISTICAS_USO-libre.pdf?1507390118=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPESQUISA_QUALITATIVA_CHARACTERISTICAS_USO.pdf&Expires=1716488089&Signature=JjTwjVo3eQYhTudcHEbvKx1G~vDjMjPhNIPoNewVRuSuDu6qpOMZhyVvEqkA9Q5MW5MyEdcURHVI9EqYt8FxoFKGrWKVsDKxy79QUd43TzjITYE7X60Gju9B4IOOPm5TqUCgcZ-zByuU5pV5j2fgTRPQpxEL0i6FnUZVXDLIN1KqPntSmEqtnN8VykZd8duqu4djfH7tTN~-sCnTcSi~0X4NoJJCEEbp8eH1uYSVVMRC)>

WUf-cE5PYIhtsMYO0SQjWKhLS5Bxe2CuR608Ce3gd-bf1Vi3k1~uugvZa-UDqOMzV-WlzUDGe4Nem0CPEPYICh93bpBIBzMyaLVu1RPorw\_\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA>. Acesso em: 23 maio. 2024.

PINTO, Angelo C. BARREIRO, Eliezer J. Desafios da indústria farmacêutica brasileira. **Química Nova**, v. 36, p. 1557-1560, 2013. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/qn/a/KZTXW7Yk5kHcghcd4hNM4ZH/?format=html>>. Acesso em: 23 maio. 2024.

SOUSA, Angélica Silva; OLIVEIRA, Guilherme Saramago; ALVES, Laís Hilário. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da FUCAMP**, v. 20, n. 43, 2021. Disponível em: <<https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336>>. Acesso em: 23 maio. 2024.

TEIXEIRA, Alan José de Oliveira Teixeira. Empreendedorismo: a assertividade do setor de cosméticos. **Administração de Empresas em Revista**, v. 2, n. 16, p. 243-261, 2019. Disponível em: <<https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/admrevista/article/view/21643>>. Acesso em: 23 maio. 2024.