**1.2 Posicionamento da Empresa e Diferencial Competitivo**

A Bee You desponta no mercado de cosméticos como uma empresa inovadora capaz de estabelecer sua própria demanda num mercado inexplorado ou pouco explorado, onde atendemos a um nicho de consumidores de esmalte e batom de cores personalizadas e que não tem oferta no mercado.

Nosso diferencial competitivo reside na combinação única de dois valores intrínsecos ao ser humano: exclusividade e autocuidado, criando uma oferta de valor única no mercado.

**1.3 Análise do Mercado Selecionado e Perfil dos Clientes**

**1.3.1 Análise do Mercado**

O Brasil ocupa a quarta posição no ranking global de consumo por produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, abrangendo uma fatia de 45,8% de toda a América Latina, ou seja, quase metade do continente latino-americano. Em 2022, o Brasil exportou mais de 770 milhões de dólares em produtos de beleza e higiene. A receita da venda de cosméticos no mercado brasileiro de 2019 a 2022 resultou em R$ 136 bilhões.

Tanto esmaltes quanto batons têm um papel importante no mercado brasileiro de beleza e cuidados pessoais. O Brasil é o segundo maior consumidor de esmalte do mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos, segundo dados da Abihpec. Quanto ao batom, a Avon relata um crescimento expressivo nesse segmento, atribuindo-o à busca por conforto e alegria diante de cenários adversos, como a pandemia.

Crescimento do Mercado de Produtos de Beleza e Cuidados:

De acordo com o relatório da Mordor Intelligence, o mercado de produtos de beleza e cuidados pessoais é estimado em US$ 33,14 bilhões em 2024, e deve atingir US$ 44,03 bilhões até 2029, no Brasil, crescendo a um CAGR (taxa de crescimento anual composta) de 5,85% durante o período de previsão (2024-2029).

As tendências mundiais de inclusão e de quebra de tabus em relação à beleza masculina estão em voga no mercado brasileiro, onde 30% dos homens brasileiros admitem pintar as unhas; 37% dos homens estão abertos a ouvir sobre maquiagem; 46% das consumidoras de pele negra afirmam que o principal motivo de desistirem da compra de base, corretivo ou pó é não achar o tom ideal; 57% já precisaram comprar mais de um produto e misturar para que combinasse com sua cor de pele.

Demanda por Esmaltes e Batons: Dentro do mercado de produtos de beleza e cuidados pessoais, temos a categoria por produtos, segmentado por cosméticos e produtos de maquiagem e, por fim, segmentado por maquiagem para lábios e unhas.

Existe uma tese defendida por Leonard Lauder denominada “Efeito Batom” que explica que em tempos de crise econômica, a venda de batons aumenta, pois faz com que os consumidores substituam itens caros pelos mais baratos. E**um dos itens da linha de frente dos cosméticos de baixo custo é justamente o batom.** Uma das tendências para 2024 é a customização e mistura de cores de batons. As pessoas estão experimentando misturar diferentes tons para criar cores exclusivas e personalizadas que atendam às suas preferências individuais.

O fato de as pessoas terem adotado o hábito de fazer as unhas em casa e a estratégia utilizada por muitas marcas de focar a comunicação em redes sociais, possibilitando a manutenção da conexão com os consumidores, tornaram **o mercado de produtos para cuidados com as unhas um dos mais resilientes no Brasil**, entre 2020 e 2022,**durante a pandemia de Covid-19.**

**No primeiro quadrimestre de 2021, por exemplo, a ABIHPEC registrou um crescimento de 8,7% no setor de “maquiagem para as unhas”**. Fortalecimento guiado, principalmente, pelo lançamento de edições limitadas de esmaltes, cuja ampla divulgação foi realizada por redes sociais com foco em grupos diversificados de consumidores, conforme aponta o estudo da UNB.

Dentro do mercado de Produtos de Beleza e Cuidados, a demanda por esmaltes e batons vem crescendo, impulsionada por:

* Ascenção do bem-estar: a cada dia que passa as pessoas estão investindo mais em bem-estar e autoestima.
* Influência da Geração Z: além de valorizar a sustentabilidade, diversidade e inclusão, a geração Z valoriza muito as marcas que têm uma imagem autêntica e acessível e uma história que vai além dos produtos e que acolhem os consumidores em uma comunidade mais ampla.
* Quebras de paradigmas: homens estão admitindo o uso de maquiagem para unhas.
* Atendimento personalizado: devido à ampla concorrência de mercado, o atendimento personalizado ganha força e fideliza o cliente.

Importante é ficar atento à Visão do setor de cosméticos e beleza para o futuro onde preveem que os esmaltes hipoalergênicos, que minimizam as alergias, juntamente com os esmaltes veganos, vem ganhando muita força no mercado brasileiro com o lançamento de esmaltes 15-free e 16-free que são veganos, livre de crueldade animal e não utilizam 15 e 16 substâncias que podem causar hipersensibilidade ou alergias, em sua composição.

Ficar atento também à legislação e aproveitar os cursos oferecidos pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), que é uma entidade privada sem fins lucrativos, e oferecem cursos diversificados, especializados e sem custo ao empreendedor.

**1.3.2 Perfil do Cliente:**

O perfil do cliente da Bee You pode ser descrito como:

* Mulheres de classe social alta ou média alta: Esse público tem maior poder de compra e está mais disposto a investir em produtos de alta qualidade para sua autoestima e de suas pessoas queridas.
* Wellness: Esse público busca um estilo de vida focado no bem-estar e no autocuidado.
* E-boys e e-girls: Esse público busca um visual chamativo, com cores fortes e escuras, seja nas roupas ou nos acessórios e maquiagem.
* Homens e famosos: Esse público aderiu recentemente as unhas coloridas.

<https://blog.cetro.com.br/2023/05/08/a-inovacao-no-2o-maior-mercado-de-esmaltes-global/>

<https://www.mckinsey.com/featured-insights/destaques/o-mercado-de-beleza-em-2023-um-relatorio-especial-sobre-o-estado-da-moda/pt>

<https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/09/06/efeito-batom-o-que-o-aumento-das-vendas-do-cosmetico-tem-a-ver-com-crises-economicas.ghtml>

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conteudos/posts/tendencias-wellness-na-beleza-para-2023,ee8b91df3c385810VgnVCM100000d701210aRCRD>

<https://abihpec.org.br/comunicado/setor-de-hppc-cresceu-proximo-a-10-no-primeiro-semestre-de-2022-e-sinaliza-bons-negocios-durante-a-feira-in-cosmetics-latin-america/>

<https://digital.sebraers.com.br/blog/mercado/oportunidades-para-o-mercado-de-maquiagens/>

<https://www.mordorintelligence.com/>

<https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/global-beauty-and-personal-care-products-market-industry>

<https://www.cosmeticsonline.com.br/materia/91>