**Centro Paula Souza**

**Faculdade de Tecnologia de Votorantim**

Curso de Ciência de Dados para Negócios

**Projeto Integrador I – Compreendendo o Negócio**

**Bee You**

Abner Hideki de Carvalho

Adriana Cristina Graciano Lopes

Arthur Nunes dos Santos

Caio Corrá

Giovana Perugini Guenka

Jonathan Chaves do Amaral

Versão: 1.1 – Fev/2024

**Projeto Integrador I:**

**Exploração Inicial de Dados para Compreensão do Negócio**

**Fase 1 – Definição da Empresa**

**1. Negócios e Organizações**

* 1. **Definição da Empresa**



Figura 1- Logotipo da Bee You  
Fonte: De autoria própria

A empresa BeeYou nasce de um propósito compartilhado por diversas pessoas: a autenticidade. Criada sob o princípio de exaltar a beleza única e inovar a produção de esmaltes e batons, a BeeYou tem como objetivo proporcionar experiências acessíveis de luxo, criatividade, bem-estar como acessório de moda, identidade e personalidade própria àquelas pessoas que desejam criar suas próprias cores e tonalidades.

A BeeYou conta com uma loja virtual e seu centro de fabricação fica localizado no interior do estado de São Paulo, na cidade de Votorantim, e destaca-se não somente pela inovação e qualidade de produtos, e sim por proporcionar o desenvolvimento das cores e tonalidades de acordo com o desejo e as particularidades de cada cliente. Outros pilares importantes para a empresa são a sustentabilidade e o respeito pelos animais, por isso a BeeYou oferece formulações veganas e seus produtos são cruelty-free.

A entrada da BeeYou no mercado de cosméticos, marcado por ser um mercado em constante crescimento e empreendedor, é justificada pela demanda de produtos inovadores que transmitam exclusividade e confiança. Com uma visão ousada de se tornar a principal referência nacional dentro do segmento cosmético, a BeeYou está posicionada para atender mais do às expectativas de seus clientes, também está focada em inspirar uma nova forma de liberdade, de ser protagonista de sua própria vida sem medo de julgamento de terceiros.

Sejam bem-vindos à BeeYou, uma empresa que celebra e desperta a beleza única de cada um. BeeYou, BeeQueen. (Ou BeeYou, BeeUnique)

**1.1.1 Missão, Visão e Valores**

*1.1.1.1 Missão*

Criar e fornecer esmaltes e batons de alta qualidade que permitam a qualquer cliente de expressar sua essência e criatividade através do desenvolvimento da sua própria cor, promovendo um ambiente seguro, acolhedor e libertador.

*1.1.1.2 Visão*

Tornar-se a principal referência nacional na indústria de esmaltes e batons, sendo reconhecida pela qualidade, inovação, diversidade de cores e quebra de tabus, além de ser uma marca associada à liberdade, autocuidado e sustentabilidade.

*1.1.1.3 Valores*

**Autoestima**: Queremos exaltar todas as belezas através das cores e demonstrar que qualquer pessoa pode usar e abusar da cor que quiser.

**Criatividade:** Comprometemo-nos em não limitar a criatividade de nossos clientes, sua criatividade é o nosso combustível.

**Qualidade**: Comprometemo-nos a fornecer produtos de excelência que atendam às expectativas e necessidades de nossos clientes.

**Responsabilidade**: Assumimos a responsabilidade pelos impactos de nossas atividades no meio ambiente, na comunidade e na sociedade em geral, buscando sempre práticas sustentáveis e éticas.

**Estrutura Organizacional**

A estrutura organizacional da Bee You, presente na imagem a seguir, é uma estrutura funcional por departamento. Essa estrutura é caracterizada pela divisão das atividades da empresa em departamentos específicos, cada um com um gerente responsável por uma área específica de conhecimento ou função.

Características da Estrutura Organizacional da Bee You:

**Departamentalização**: A empresa é dividida em departamentos, como:

* Produção: Responsável pela produção dos produtos e combinação dos corantes e pigmentos.
* Qualidade ou Técnico: Responsável por garantir a qualidade da matéria-prima e do produto acabado.
* Vendas: Responsável pela venda dos produtos da empresa.
* Design: Responsável pelo desenvolvimento e inovação de novos produtos.
* Administrativo: Responsável pelas atividades administrativas da empresa, como finanças, recursos humanos e contabilidade.
* Marketing: Responsável pelas divulgações da empresa nas redes sociais.
* TI: Responsável pela infraestrutura de tecnologia da informação da empresa.

Hierarquia: Existe uma hierarquia clara de autoridade na empresa, com o CEO no topo da estrutura, seguido pelos gerentes de departamento e seus subordinados.

Especialização: Cada departamento é especializado em uma área específica de conhecimento ou função.

**Vantagens da Estrutura Organizacional da Bee You:**

Eficiência: A estrutura funcional por departamento pode ser eficiente para empresas com um grande número de funcionários e uma ampla gama de produtos ou serviços.

Especialização: A especialização dos departamentos permite que os funcionários se concentrem em suas áreas de expertise, o que pode levar a um aumento da qualidade dos produtos ou serviços.

Coordenação: A estrutura funcional por departamento facilita a coordenação das atividades dentro de cada departamento.

**Desvantagens da Estrutura Organizacional da Bee You:**

Falta de flexibilidade: A estrutura funcional por departamento pode ser rígida e pouco flexível, o que pode dificultar a adaptação da empresa a mudanças no mercado.

Burocracia: A estrutura funcional por departamento pode ser burocrática, o que pode dificultar a tomada de decisões rápidas.

Falta de comunicação: A estrutura funcional por departamento pode dificultar a comunicação entre os departamentos.

A estrutura organizacional da Bee You está definida na imagem a seguir:

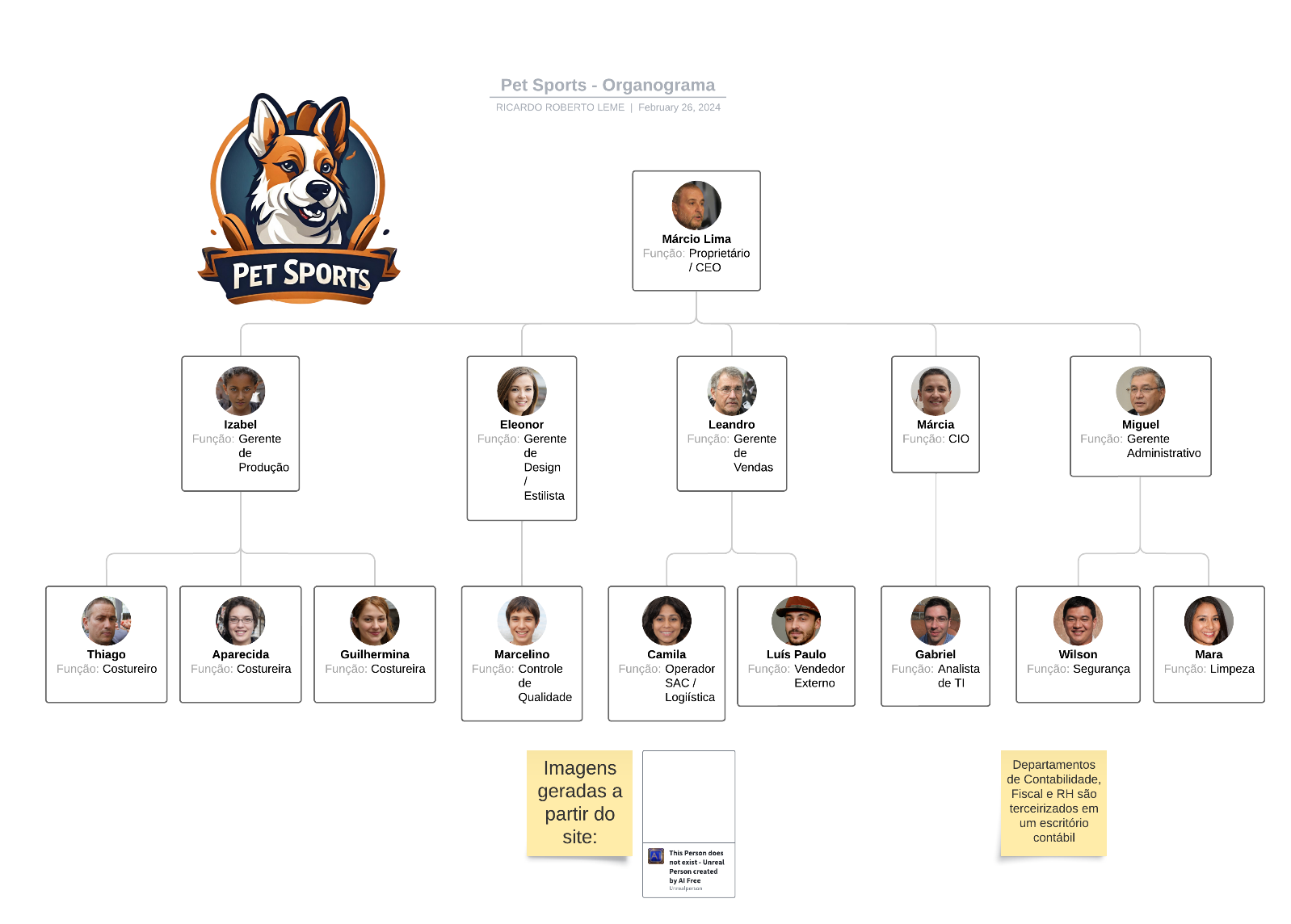


Figura 2 - Organograma Empresarial da Bee You  
Fonte: De autoria própria

Observação: A imagem do organograma pode ser vista com maiores detalhes no Apêndice 1.

**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**

Crescimento do Mercado Cosmético:

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 em que 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.

**1.4 Identificação de Oportunidades e Ameaças**

**1.4.1 Oportunidades:**

O mercado de roupas esportivas para pets ainda tem um grande potencial de crescimento. As principais oportunidades para a Bee You são:

* Explorar diferentes nichos: A empresa pode explorar outros nichos, como roupas para pets de raças específicas ou para atividades físicas específicas.
* Expandir para outros países: A empresa pode expandir sua atuação para outros países, especialmente para países com grande mercado pet, como os Estados Unidos e a Europa.
* Desenvolver novos produtos: A empresa pode desenvolver novos produtos, como acessórios para pets, como coleiras e bandanas com os logotipos dos times.

**1.4.2 Ameaças**

As principais ameaças mapeadas para a Bee You são:

* Concorrência acirrada de outras empresas no mercado de vestuário para pets.
* Flutuações nos custos de matéria-prima e logística.
* Mudanças nas preferências dos consumidores.
* Dificuldade no licenciamento junto a algumas equipes esportivas.

**1.5 Estratégias de Crescimento**

Para alcançar nossos objetivos e consolidar nossa posição como líder no mercado de moda pet esportiva, estamos implementando uma estratégia de crescimento abrangente que se concentra em:

1. Expansão da Linha de Produtos:

* Ampliar a oferta para incluir acessórios como coleiras, guias, brinquedos e outros produtos relacionados a esportes.
* Desenvolver linhas específicas para diferentes raças e portes de pets.
* Atender às necessidades de diferentes modalidades esportivas, como futebol, basquete, vôlei, entre outras.

2. Marketing Digital e Redes Sociais:

* Investir em campanhas de marketing digital direcionadas ao público-alvo.
* Fortalecer a presença da marca nas redes sociais, como Instagram, Facebook e TikTok.
* Criar conteúdo engajador e informativo sobre moda pet, cuidados com os animais e esportes.
* Interagir com os clientes e construir uma comunidade vibrante.

3. Parcerias Estratégicas:

* Estabelecer parcerias com influenciadores e celebridades pet-friendly para aumentar a visibilidade da marca.
* Colaborar com lojas especializadas em produtos para pets para ampliar a distribuição dos produtos.
* Participar de feiras e eventos do setor pet para fortalecer o relacionamento com os clientes.

4. Inovação Contínua:

* Investir em pesquisa e desenvolvimento para criar produtos inovadores que atendam às necessidades dos pets e dos seus tutores.
* Acompanhar as tendências do mercado e da moda pet para oferecer produtos sempre atualizados.
* Buscar soluções sustentáveis para a produção dos produtos, minimizando o impacto ambiental.

**1.6 Diferencial Competitivo da Empresa em Análise dos Concorrentes**

A Bee You se destaca pela sua especialização em roupas esportivas para pets e pela qualidade e diversidade de seus produtos. Em comparação com os concorrentes, a empresa oferece uma combinação única de design exclusivo, produtos licenciados, alta qualidade e foco específico no nicho de mercado de animais de estimação apaixonados por esportes.

A concorrência no mercado de roupas esportivas licenciadas para pets ainda é relativamente baixa no Brasil, mas vem crescendo. No entanto, a Bee You se diferencia da concorrência por oferecer produtos licenciados de alta qualidade, design exclusivo e foco em times de basquete e futebol.

Atualmente são encontrados produtos não licenciados de baixa qualidade em alguns marketplaces e algumas empresas de comércio eletrônico que trabalham com produtos similares. A Tabela a seguir mostra o mapeamento feito junto à concorrência:

Tabela 1 – Mapeamento da Concorrência

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Concorrente | Fabricação Própria | Produtos Licenciados | Produtos para Futebol | Produtos para Basquete |
| Colorama[[1]](#footnote-1) | ❌ | ❌ | ✔ | ❌ |
| Risqué[[2]](#footnote-2) | ✔ | ❌ | ❌ | ❌ |
| Impala[[3]](#footnote-3) | ✔ | ❌ | ❌ | ✔ |
| Vult[[4]](#footnote-4) | ❌ | ❌ | ❌ | ❌ |
| Dailus[[5]](#footnote-5) | ❌ | ❌ | ❌ | ❌ |
| Bee You | ✔ | ✔ | ✔ | ✔ |

**1.7 Plano de Ação para Implementação:**

Os itens iniciais para o plano de ação para implementação do projeto foram mapeados como:

* Buscar uma linha de crédito junto a bancos de fomento.
* Lançamento de novos produtos sazonais alinhados com eventos esportivos importantes.
* Expansão da presença online através de uma plataforma de e-commerce otimizada e integrada.
* Participação em feiras e eventos pet-friendly para aumentar a visibilidade da marca e gerar leads qualificados.

Este plano de ação visa alavancar os pontos fortes da empresa, aproveitar as oportunidades de mercado identificadas e mitigar possíveis ameaças, impulsionando o crescimento e consolidando a posição da Bee You como líder no mercado de vestuário para pets.

O plano de ação completo será detalhado na fase 4 do projeto integrador.

**2. Algoritmos e Estrutura de Dados**

A seguir estão exemplos de operadores aritméticos, de atribuição, de comparação e lógicos que podem ser úteis para organizar informações relacionadas à empresa Bee You:

**2.1 Operadores Aritméticos:**

Adição (+): Pode ser usado para calcular o valor total das vendas da empresa em um determinado período. Ex: total\_vendas = venda1 + venda2

Subtração (-): Útil para calcular diferenças, como o lucro líquido subtraindo os custos totais das vendas. Ex: lucro = receita\_total - custos\_totais

Multiplicação (\*): Por exemplo, para calcular o valor total de um pedido multiplicando o preço de um produto pelo número de unidades. Ex: total\_pedido = preco\_produto \* quantidade

Divisão (/): Para calcular métricas como o preço médio de venda, dividindo o total de vendas pelo número total de transações. Ex: preco\_medio = total\_vendas / numero\_transacoes

**2.2 Operadores de Atribuição:**

= (Atribuição Simples): Para atribuir um valor a uma variável, como atribuir o nome de um novo cliente a uma variável.Ex: nome\_cliente = "João"

+= (Atribuição de Adição): Útil para incrementar o valor de uma variável, como adicionar o valor de uma nova venda ao total acumulado de vendas. Ex: total\_vendas += nova\_venda

-= (Atribuição de Subtração): Pode ser usado para diminuir o valor de uma variável, como subtrair o custo de uma devolução do lucro total. Ex: lucro -= custo\_devolucao

\*= (Atribuição de Multiplicação) e /= (Atribuição de Divisão): Similar aos exemplos acima, mas aplicando operações de multiplicação e divisão. Ex: valor \*= 1.05

**2.3 Operadores de Comparação:**

== (Igual a): Para verificar se dois valores são iguais, como comparar o preço de um produto com o preço de referência.Ex: if preco\_produto == preco\_referencia:

!= (Diferente de): Para verificar se dois valores são diferentes, como verificar se o nome de um cliente é diferente do nome de um cliente anterior. Ex: if nome\_cliente != nome\_cliente\_anterior:

(Maior que), < (Menor que), >= (Maior ou igual a), <= (Menor ou igual a): Úteis para comparar valores, como verificar se o total de vendas de um mês é maior que o total do mês anterior. Ex: if total\_vendas > total\_anterior:

**2.4 Operadores Lógicos:**

&& (AND): Pode ser usado para combinar duas condições, como verificar se um cliente é novo e se fez uma compra nos últimos 30 dias. Ex: if cliente\_novo and compra\_recente:

|| (OR): Para avaliar se pelo menos uma das condições é verdadeira, como verificar se um cliente é VIP ou se fez uma compra acima de um determinado valor. Ex: if cliente\_VIP or valor\_compra > valor\_limite:

! (NOT): Para inverter o valor de uma expressão lógica, como verificar se um cliente não fez uma compra nos últimos 60 dias. Ex: if not comprou\_ultimos\_60\_dias:

**3. Matemática aplicada à Ciência da Computação**

Podemos aplicar conceitos de conjuntos para descrever diferentes características e segmentos da empresa Bee You:

Conjuntos de Clientes: Podemos definir um conjunto de clientes da Bee You, representando todos os donos de animais de estimação que compram produtos da empresa. Este conjunto pode ser segmentado em subconjuntos com base em diferentes critérios, como clientes fiéis, clientes novos, clientes que compram produtos específicos, etc.

Conjuntos de Produtos: A empresa pode ter conjuntos de produtos que representam diferentes categorias de itens que ela oferece, como roupas de basquete para cães, roupas de futebol para gatos, acessórios esportivos para animais de estimação, entre outros. Cada conjunto pode conter uma variedade de produtos específicos dentro dessa categoria.

Conjuntos de Serviços: Embora a empresa se concentre principalmente na venda de produtos, também pode oferecer serviços complementares, como personalização de produtos, consultoria de estilo para pets, serviços de entrega expressa, entre outros. Estes serviços podem ser organizados em conjuntos separados com base em suas características e benefícios.

Conjuntos de Pedidos: Os pedidos feitos pelos clientes podem ser representados como conjuntos de pedidos, onde cada conjunto contém os itens comprados por um cliente em uma transação específica. Isso pode ser útil para analisar padrões de compra, identificar produtos populares e entender o comportamento do cliente.

Conjuntos de Feedback e Avaliações: Os feedbacks e avaliações dos clientes sobre os produtos e serviços da Bee You podem ser organizados em conjuntos separados, onde cada conjunto representa um conjunto de opiniões sobre um produto ou experiência de compra específica. Isso pode ajudar a empresa a monitorar a satisfação do cliente e identificar áreas de melhoria.

Aqui estão alguns exemplos de operações de conjuntos aplicadas à empresa Bee You:

**União de Conjuntos:**

União de Clientes: O conjunto de clientes que compraram roupas de basquete para cães e o conjunto de clientes que compraram roupas de basquete para gatos formam a união de clientes da Bee You. A união destes conjuntos demonstra que ambos os clientes são apaixonados pelo basquete, conforme pode ser visualizado no Diagrama a seguir:

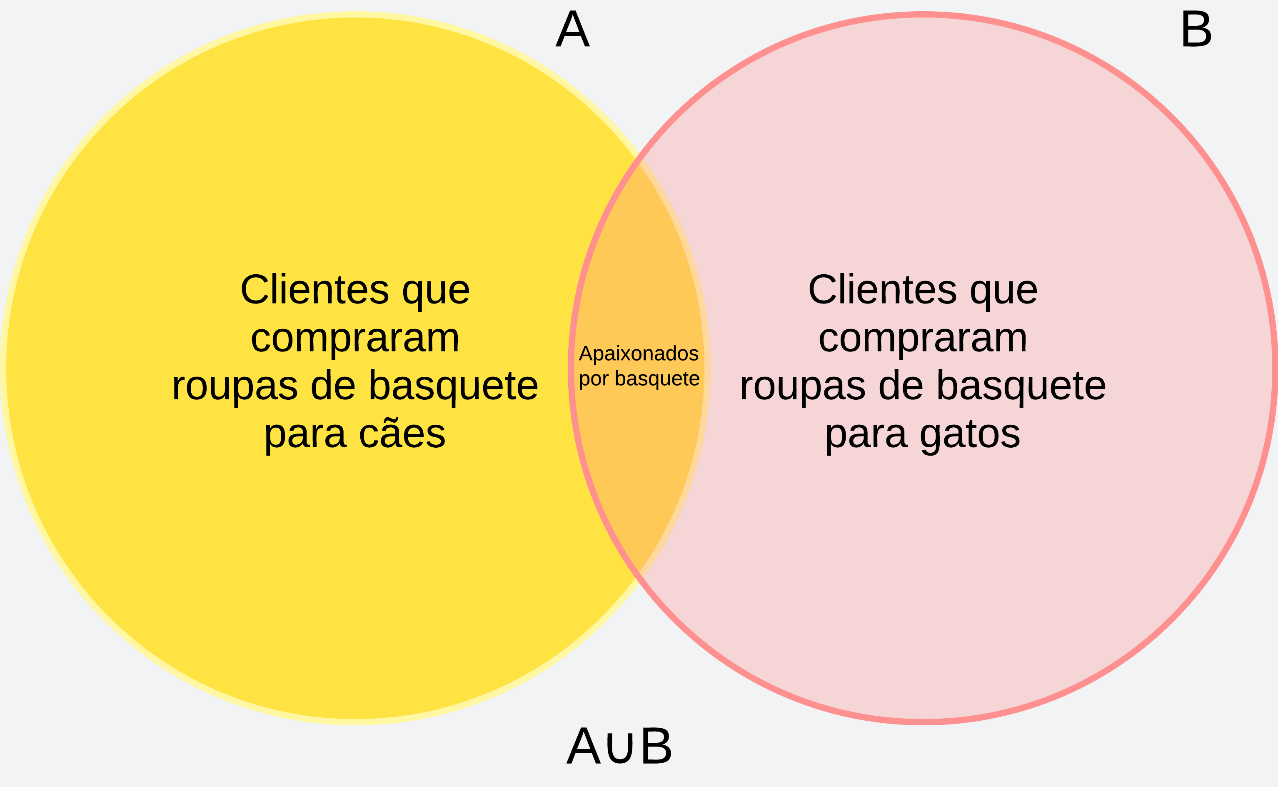


Figura 3 - Diagrama de Venn representando a União dos Conjuntos

**Intersecção de Conjuntos:**

Interseção de Clientes: O conjunto de clientes que compraram roupas de basquete para cães e também compraram roupas de futebol para gatos representa a interseção de clientes interessados em ambos os tipos de produtos. A intersecção destes conjuntos demonstra que os dois conjuntos são disjuntos, não há elementos em comum entre eles. Por esse motivo, também não há área comum entre os diagramas. Isso só pode significar que a intersecção entre dois conjuntos disjuntos é igual ao conjunto vazio, conforme o Diagrama a seguir:

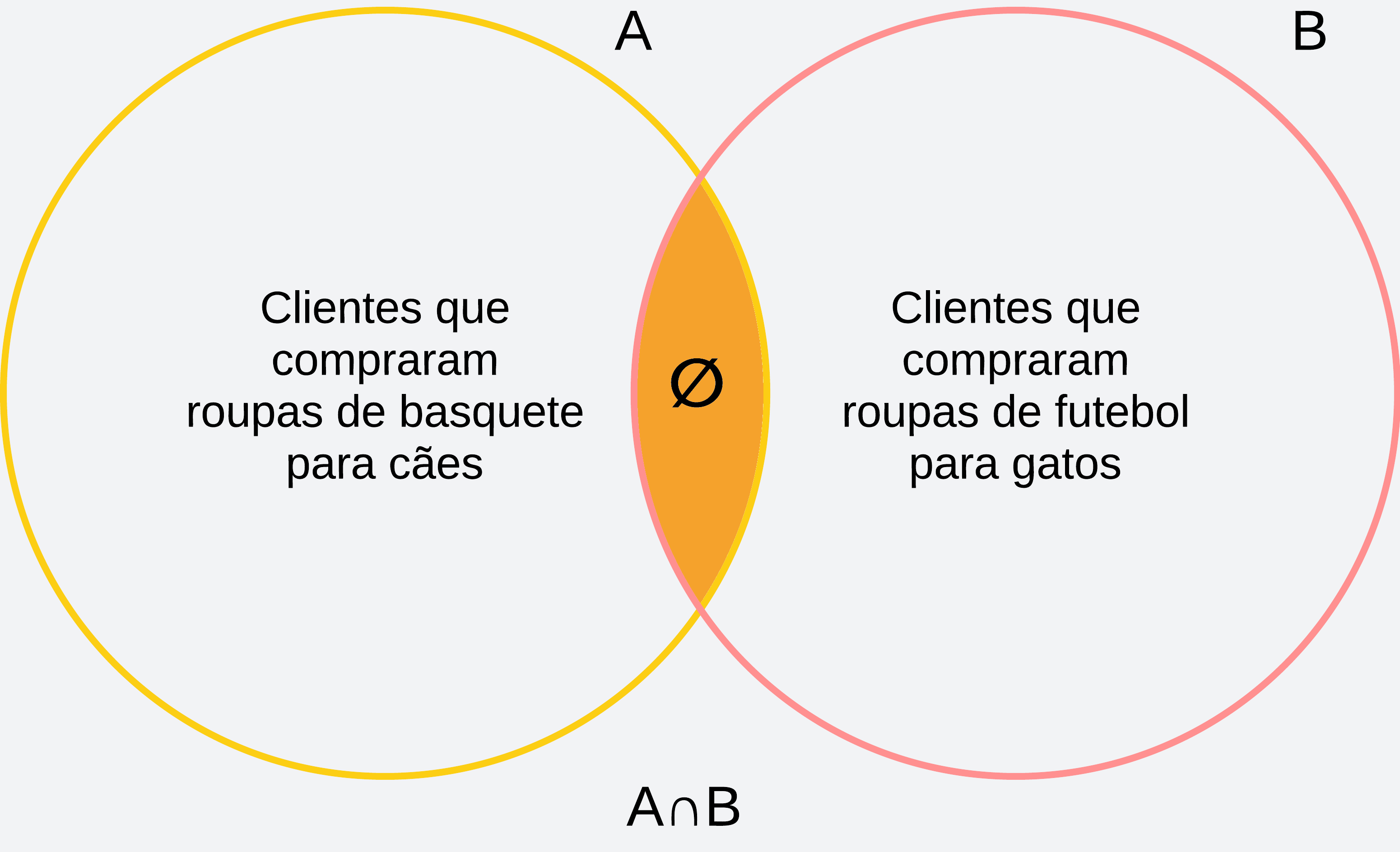


Figura 4 - Diagrama de Venn representando a Intersecção dos Conjuntos

**Diferença de Conjuntos:**

Diferença de Clientes: O conjunto de clientes que compraram roupas de basquete para cães, mas não compraram roupas de futebol para gatos, representa a diferença entre os dois conjuntos de clientes.

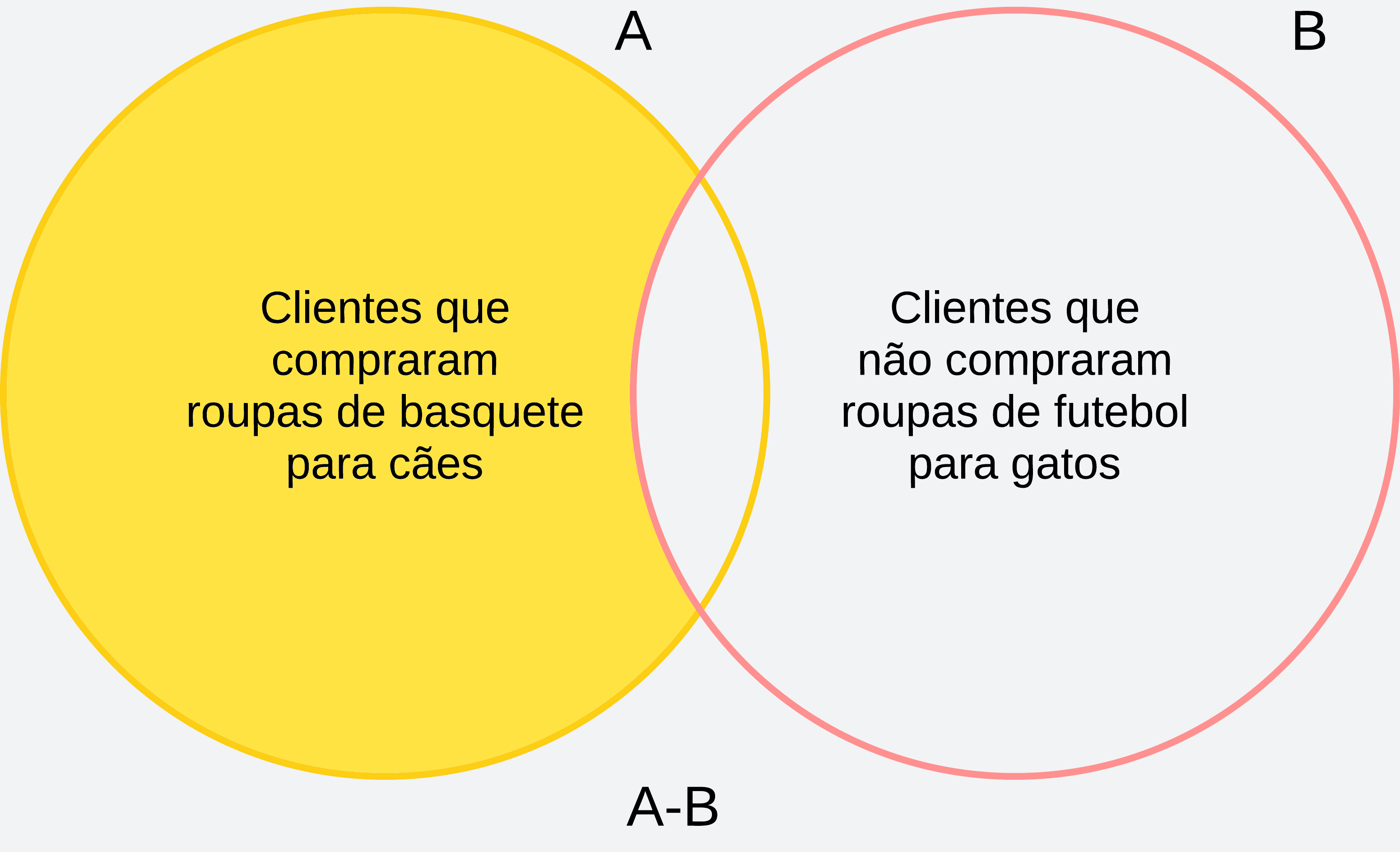


Figura 5 - Diagrama de Venn representando a Diferença dos Conjuntos

**Produto Cartesiano de Conjuntos:**

Produto Cartesiano de Clientes e Produtos: Se quisermos analisar todas as possíveis combinações de clientes e produtos, podemos calcular o produto cartesiano entre o conjunto de clientes e o conjunto de produtos da Bee You. Cada elemento do produto cartesiano representa uma possível compra feita por um cliente específico em relação a um produto específico.

Ao trabalhar com conceitos de conjuntos, a empresa Bee You pode organizar e analisar suas operações de maneira mais estruturada, facilitando a tomada de decisões informadas e o gerenciamento eficaz de seus recursos e atividades comerciais.

**4. Comportamento Organizacional em ambiente disruptivo**

Uma análise preliminar dos possíveis impactos das mudanças ambientais na empresa Bee You pode revelar uma série de desafios organizacionais que podem surgir durante o projeto. A seguir estão alguns cenários e desafios que serão considerados:

Impacto nas Matérias-Primas: Mudanças ambientais, como fenômenos climáticos extremos ou desastres naturais, podem afetar a disponibilidade e o custo das matérias-primas utilizadas na fabricação dos produtos da Bee You, como tecidos e materiais sintéticos. Isso pode resultar em interrupções na cadeia de suprimentos e aumentos nos custos de produção.

Sustentabilidade e Responsabilidade Ambiental: Com um aumento da conscientização ambiental por parte dos consumidores, a Bee You pode enfrentar pressões para adotar práticas mais sustentáveis em sua operação, desde a seleção de materiais até os processos de fabricação e embalagem. Isso pode exigir investimentos em tecnologias mais limpas e processos de produção ecologicamente conscientes.

Regulamentações Ambientais: Alterações nas regulamentações ambientais podem impactar as operações da Bee You, especialmente em relação ao descarte de resíduos, uso de materiais potencialmente prejudiciais ao meio ambiente e conformidade com normas de sustentabilidade. A empresa pode enfrentar desafios para se adaptar a novos padrões e regulamentos ambientais.

Impacto na Logística e Distribuição: Mudanças climáticas extremas, como tempestades ou inundações, podem afetar as rotas de transporte e a infraestrutura de distribuição da empresa, resultando em atrasos nas entregas e aumento dos custos de logística. Isso pode exigir planos de contingência e investimentos em sistemas de gerenciamento de riscos.

Reputação da Marca: A maneira como a Bee You responde e se adapta às mudanças ambientais pode afetar sua reputação junto aos consumidores e stakeholders. Se a empresa não adotar práticas ambientalmente responsáveis ou enfrentar críticas por seu impacto ambiental, isso pode prejudicar sua imagem de marca e levar à perda de clientes e oportunidades de negócios.

Resiliência Organizacional: A capacidade da Bee You de se adaptar e responder de forma eficaz às mudanças ambientais pode ser um desafio organizacional significativo. Isso pode exigir uma cultura organizacional ágil, investimentos em pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias e processos, bem como a capacidade de antecipar e mitigar potenciais riscos ambientais.

As mudanças ambientais podem apresentar uma série de desafios organizacionais para a Bee You, desde questões relacionadas à cadeia de suprimentos e produção até preocupações com a reputação da marca e resiliência operacional. É essencial que a empresa esteja preparada para enfrentar esses desafios de forma proativa, adotando práticas sustentáveis e desenvolvendo estratégias de gestão de riscos ambientais.

**Referências**

BRASIL ESCOLA. **Diagrama de Venn**. Disponível em: <https://brasilescola.uol.com.br/matematica/diagrama-de-venn.htm>. Acesso em: 29 fev. 2024.

INSTITUTO PET BRASIL. **Setor Pet mantem indicação de crescimento desacelerando em 2023**. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/camaras-setoriais-tematicas/documentos/camaras-setoriais/animais-e-estimacao/2023/38a-ro-26-10-2023/setor-pet-release_faturamento-2023-base-1o-sem.pdf> Acesso em: 26 fev. 2024.

<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>

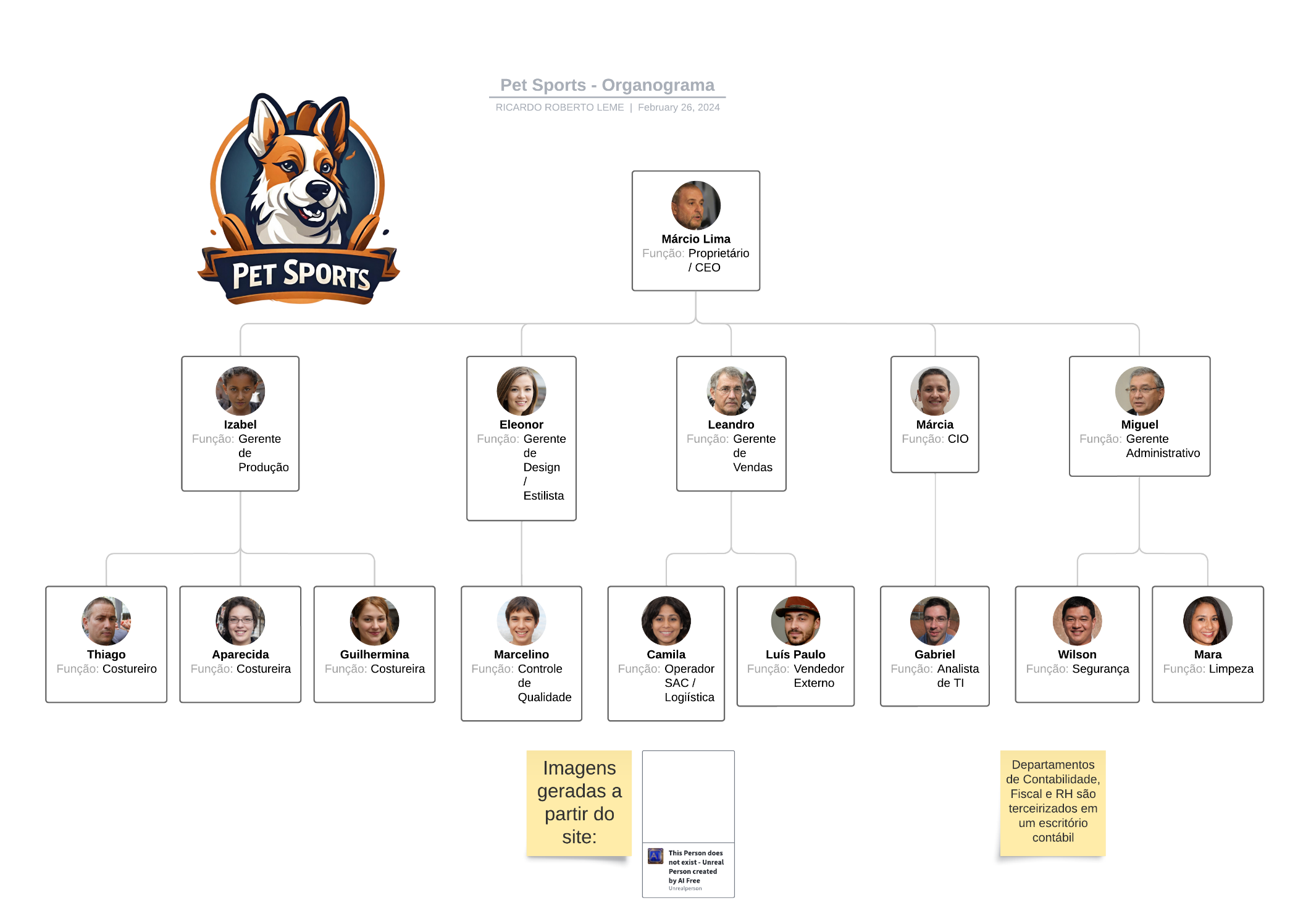
<https://abihpec.org.br/comunicado/setor-de-hppc-cresceu-proximo-a-10-no-primeiro-semestre-de-2022-e-sinaliza-bons-negocios-durante-a-feira-in-cosmetics-latin-america/>

<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>

**Apêndice 1 – Organograma Empresarial**

1. [www.mascotas.com.br](http://www.mascotas.com.br) [↑](#footnote-ref-1)
2. [www.petelegante.com.br](http://www.petelegante.com.br) [↑](#footnote-ref-2)
3. [www.modernpet.com.br](http://www.modernpet.com.br) [↑](#footnote-ref-3)
4. <https://www.mercadolivre.com.br/> [↑](#footnote-ref-4)
5. <https://shopee.com.br/> [↑](#footnote-ref-5)