

## Estudo de novas formulações para o desenvolvimento de produtos cosméticos

## Study of new formulations for the development of cosmetic products

### RESUMO

**Ismael Fernandes Eduardo Filho**  
[ismaelf@alunos.utfpr.edu.br](mailto:ismaelf@alunos.utfpr.edu.br)  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Londrina, Paraná, Brasil

**Pricila Marin**  
[pricilamarin@utfpr.edu.br](mailto:pricilamarin@utfpr.edu.br)  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Londrina, Paraná, Brasil

**Ana Paula Silva Natal**  
[ananatal@alunos.utfpr.edu.br](mailto:ananatal@alunos.utfpr.edu.br)  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Londrina, Paraná, Brasil

**Milena Santos Teixeira**  
[milenasantosteixeira.eq@gmail.com](mailto:milenasantosteixeira.eq@gmail.com)  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Londrina, Paraná, Brasil

**Lucimara Lopes da Silva**  
[lucimarasilva@utfpr.edu.br](mailto:lucimarasilva@utfpr.edu.br)  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Londrina, Paraná, Brasil

**Silvia Priscila Dias Monte Blanco**  
[silviablanco@utfpr.edu.br](mailto:silviablanco@utfpr.edu.br)  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Londrina, Paraná, Brasil

Hoje em dia os produtos cosméticos são altamente demandados pelo público por diversos fatores. Para tal, foram pesquisadas algumas formulações de produtos cosméticos e as tendências futuras. O objetivo desse projeto é analisar o estudo de mercado e novas formulações na indústria cosmética. A metodologia utilizada foi a de pesquisa descritiva bibliográfica. Hoje em dia, os consumidores não procuram um produto que apenas satisfaça sua necessidade, mas sim, um produto com que se identifique. Dessa forma, no presente trabalho, foram constatados que os produtos mais relevantes para os consumidores são os de origem natural e veganos, como por exemplo protetores solares e suprimentos ingeríveis. Este estudo poderá contribuir para indústrias que procuram criar um novo produto e para qual tipo de mercado será o foco desse produto.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cosmetologia. Tendência. Beleza.

### ABSTRACT

Nowadays cosmetic products are highly demanded by the public for several factors. To this end, some cosmetic product formulations and future trends were researched. The objective of this project is to analyze the market study and new formulations in the cosmetic industry. The methodology used was that of descriptive bibliographic research. Nowadays, consumers are not looking for a product that only satisfies their needs, but a product that they identify with. Thus, in the present study, it was found that the most relevant products for consumers are those of natural and vegan origin, such as sunscreens and ingestible supplies. This study may contribute to industries looking to create a new product and to what type of market this product will focus on.

**KEYWORDS:** Cosmetology. Trend. Beauty.

**Recebido:** 19 ago. 2020.

**Aprovado:** 01 out. 2020.

**Direito autoral:** Este trabalho está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.



## INTRODUÇÃO

A humanidade utiliza cosméticos desde os tempos pré-históricos. De acordo com Conselho Regional de Química (CRQ), há cerca de 30 mil anos, os homens já faziam uso de misturas feitas de cascas de árvores, seiva de folhas esmagadas e orvalho para se pintar e se tatuar. Além disso, há milhares de anos, os egípcios já tinham o hábito de tomar banho e usar óleo de castor como bálsamo protetor, sendo os primeiros povos a usarem cosméticos (CRQ, 2011).

Por volta dos séculos XVII e XVIII, os cosméticos ainda eram feitos em casa, pois alguns produtos eram muito caros devido aos impostos da época. Nesse tempo, novos compostos foram descobertos e alguns componentes, como os óleos essenciais, passaram a ser isolados de suas matrizes, contribuindo para o estudo da química inorgânica (SOUZA, 2018).

Em recente publicação da revista FORBES, Weber (2020) destaca que, atualmente, o Brasil ocupa o quarto lugar no ranking de mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. Pensando em longo prazo, alguns produtos como protetores solares (COSMETIC INNOVATION, 2020) e suplementos ingeríveis vem sofrendo uma alta demanda. O acompanhamento desta demanda é de extrema importância para o direcionamento sobre os produtos de interesse dos consumidores. Este acompanhamento é feito, normalmente, por meio de um estudo de mercado, que influencia diretamente no setor produtivo dos cosméticos. É buscando atender as demandas identificadas nestes estudos que são determinados tanto o tipo de produto a ser desenvolvido, como, em muitas vezes, alguns componentes da sua formulação (ABIHPEC, 2018). No mesmo caminho, formulações de produtos veganos e naturais também vem sendo desenvolvidas por empresas, pensando em gerar menos resíduos para o ambiente e por protegerem a exploração de animais.

Barros (2019) observou que novas formulações estão sendo desenvolvidas no Brasil, mas de uma maneira um pouco mais lenta, levando em consideração a falta de capacitação técnica necessária para esses produtos, além de outros motivos, como a falta de concorrência, que contribui para um alto valor de mercado e que dificulta o acesso aos consumidores.

Diante do exposto, o objetivo principal dessa pesquisa é o estudo de novas formulações para o desenvolvimento de produtos cosméticos. Para atingir esse objetivo principal tem-se os seguintes objetivos específicos:

- a) Estudo de mercado para definição dos produtos a serem desenvolvidos;
- b) Estudo das formulações dos produtos similares existentes no mercado;
- c) Avaliação de desenvolvimento de novas formulações.

## METODOLOGIA

Para a realização da etapa (a) deste trabalho, que consiste em um estudo de mercado para definição dos produtos a serem desenvolvidos, utilizou-se a

metodologia descritiva bibliográfica, abrangendo desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, dentre outros.

Assim, iniciou-se um levantamento dos principais produtos de interesse dos consumidores nos últimos anos. A fim de se obter informações atuais, optou-se pela utilização de documentos recentes, pesquisas em sites de empresas do ramo, bem como, a consulta a publicações atuais que apresentem os lançamentos e tendências do mercado de cosméticos.

Na sequência, de acordo com as demandas de mercado verificadas, seriam definidos alguns produtos para serem desenvolvidos neste projeto. A partir desta definição, seria executada a etapa (b), que consiste em um estudo detalhado das formulações de produtos similares encontrados no mercado. A realização da etapa (c) aconteceria de forma concomitante a outros trabalhos que são desenvolvidos no mesmo projeto, nos quais são avaliadas novas metodologias de preparo de produtos cosméticos e, também, a aplicação de princípios ativos com apelo natural em substituição aos sintéticos. Assim, seriam propostas e avaliadas novas formulações para os produtos de interesse deste projeto.

No entanto, a execução de todas as etapas deste trabalho foi comprometida devido ao avanço da pandemia causada pelo vírus SARS-CoV-2, mais conhecido como Coronavírus. Apenas a etapa (a) foi parcialmente realizada. As demais etapas necessitam de atividades laboratoriais e o acesso aos laboratórios da Universidade está impossibilitado para cumprir o distanciamento social recomendado pela Organização Mundial da Saúde desde meados do mês de março de 2020. Sendo assim, as demais atividades não puderam ser realizá-las.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

Uma das etapas mais importantes para o desenvolvimento de novos cosméticos é a realização do estudo de mercado para verificação dos últimos lançamentos do setor. Por meio deste levantamento, é possível conhecer os principais produtos de interesse dos consumidores nos últimos anos e analisar quais são as tendências e os rumos que o segmento está tomando no Brasil e no mundo.

Os resultados do estudo de mercado realizado para constatação destas tendências e posterior definição do produto a ser desenvolvido, são apresentados na sequência.

A proteção solar cresceu bastante com os avanços da indústria cosmética e da tecnologia. Se, antes, os protetores eram grudentos, não aguentavam à água e se limitavam ao público feminino, devido resistências de diálogo com os homens, hoje, eles já estão à disposição em diversos modelos, servindo a diferentes públicos e ocasiões (COSMETIC INNOVATION, 2020).

Além do creme habitual, há também o spray, o gel, o mousse, o bastão e as cápsulas, que devem ser ingeridas (TALK SCIENCE, 2019). Afinal, a proteção solar está longe de restringir-se às praias ou aos ambientes abertos.

Verificou-se que uma das tendências para o setor cosmético está também relacionada a inteligência artificial, onde seu aparelho eletrônico detecta as condições da pele e sugere uma nova fórmula todos os dias (ABIHPEC, 2018).

Outra grande indústria que está crescendo é na área masculina, na qual os cuidados com a pele, cabelo e barba, estão sendo altamente demandados para benefícios específicos de suas necessidades (COSMETIC INNOVATION, 2020).

Pensando na rotina do dia a dia e na correria, alguns produtos têm chamado a atenção por sua praticidade, alguns exemplos são lenços umedecidos multiuso, que além de remover a maquiagem, pode tonificar e hidratar a pele. Nisso também se encaixam as maquiagens que tem efeito de tratamento da pele (ABIHPEC, 2018).

Hoje em dia, os consumidores não procuram somente um produto que satisfaz sua necessidade, mas sim um produto com que se identifique, que tenha um propósito para conquista-lo. Nesse momento que entram os produtos naturais, veganos e de indústrias sustentáveis, consumidores querem comprar, além do produto, um estilo de vida.

Aprofundando um pouco mais nos cosméticos, podemos chegar nos segmentos de xampus e condicionadores de cabelo, onde no Brasil, por ter uma grande diversidade, os tipos de fios de cabelo são variados. Portanto, está acontecendo uma alta procura por produtos para cabelos crespos, cacheados e ondulados. Logo, entram em cena produtos com alto poder de hidratação e com apelos culinários, como por exemplo o óleo de coco e óleo de abacate (ABIHPEC, 2018).

Os resultados aqui apresentados são do estudo de mercado, realizado por meio de pesquisas em sites de empresas do setor de cosméticos e de consulta a publicações atuais, como parte da etapa (a) deste trabalho.

As etapas posteriores seriam realizadas de forma concomitante a outros trabalhos que fazem parte do mesmo projeto, nos quais, seriam determinados os produtos a serem desenvolvidos.

A partir desta determinação, conhecendo as características e necessidades destes produtos, seria possível a realização de testes em laboratório para definição, ajuste e avaliação das novas formulações. No entanto, a realização destas etapas, bem como, todo o restante do cronograma deste projeto, teve de ser paralisado em decorrência da pandemia relacionada ao Coronavírus. Diante disto, pela impossibilidade de utilização dos laboratórios da Universidade, sem os quais, a execução dos testes não é possível, parte dos resultados da etapa (a), bem como, os resultados das etapas (b) e (c), não foram obtidos.

## CONCLUSÕES

Diante da pesquisa realizada foram constatados que os produtos com alta demanda são os protetores solares e também suprimentos ingeríveis, ambos com características mais naturais e veganas. Formulações que seguem essa mesma base, tem tendência a se sobressair no mercado.

Analisando de uma maneira mais geral, para lançar um produto, temos que levar em consideração os públicos alvos que queremos atingir, e assim, podemos pensar em produtos que esses consumidores se identifiquem, que possam trazer benefícios para eles, mas sem prejudicar a natureza e os animais.

Não há conclusões a respeito das etapas de definição do produto a ser desenvolvido, verificação de formulações de produtos similares existentes no mercado e proposta, ajuste e avaliação de novas formulações, uma vez que, devido à pandemia e ao consequente distanciamento social que vem sendo recomendado pelo Ministério da Saúde desde meados de março de 2020, a realização destas etapas não foi possível.

## REFERÊNCIAS

ABIHPEC. **Caderno de tendências:** Higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. 2018 Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/caderno-de-tendencias-2019-2020/> Acesso em: 31 ago. 2020.

BARROS, C. **Cosméticos naturais e orgânicos:** uma abordagem mercadológica. 2019. Disponível em: <https://www.cleberbarros.com.br/cosmeticos-naturais-e-organicos/>. Acesso em: 25 ago. 2020.

COSMETIC INNOVATION. **Novas tecnologias para proteção solar.** Disponível em: <https://cosmeticinnovation.com.br/novas-tecnologias-para-protecao-solar/>. Acesso em: 31 ago. 2020.

CRQ, 2011. **História dos cosméticos.** Conselho Regional de Química. Disponível em: <https://www.crq4.org.br/historiadoscsmeticosquimicaviva#:~:text=A%20hist%C3%B3ria%20dos%20cosm%C3%A9ticos%20come%C3%A7a,de%20folhas%20esmagadas%20e%20orvalho.&text=Mas%20tudo%20indica%20que%20foram,de%20tucador%20em%20larga%20escala>. Acesso em 24 ago. 2020.

SOUZA, I. **História dos cosméticos da antiguidade ao século XXI.** Cosmética em Foco. 2018. Disponível em: <https://cosmeticaemfoco.com.br/artigos/historia-dos-cosmeticos-da-antiguidade-ao-seculo-xxi/>. Acesso em: 09 out.2020.

TALK SCIENCE, 2019. Confira as novas tecnologias para proteção solar. Disponível em: <https://science.talknmb.com.br/confira-novas-tecnologias-protecao-solar/>. Acesso em: 19 out.2020.

WEBER, M. **Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo.** 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>. Acesso em: 25 ago. 2020