

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
Faculdade de Farmácia
Disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso de Farmácia

**DESENVOLVIMENTO DE UM PRODUTO COSMÉTICO CAPILAR EMBASADO
NAS TENDÊNCIAS ATUAIS DE MERCADO COM ENFOQUE EM
SUSTENTABILIDADE.**

Laura Faresin e Silva

Porto Alegre, abril de 2021

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
Faculdade de Farmácia
Disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso de Farmácia

**DESENVOLVIMENTO DE UM PRODUTO COSMÉTICO CAPILAR EMBASADO
NAS TENDÊNCIAS ATUAIS DE MERCADO COM ENFOQUE EM
SUSTENTABILIDADE.**

Laura Faresin e Silva

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Irene Clemes Kulkamp Guerreiro
Co-orientadora: Júlia Capp Zilles

Porto Alegre, abril de 2021

AGRADECIMENTO

Aos meus familiares, em especial à minha mãe Vera Regina Faresin, meu pai Alexandre Silva e Silva e meus avós, que me incentivaram nos momentos mais difíceis e compreenderam a minha ausência enquanto eu me dedicava à realização dos meus estudos.

A Deus, por ter permitido que eu tivesse saúde e determinação para não desanimar durante a realização deste trabalho e por permitir que eu aproveitasse as oportunidades ao longo do caminho.

Aos meus professores do Brasil e de Portugal, principalmente minha orientadora Irene Clemes Kulkamp Guerreiro e Júlia Capp Zilles, por todos os conselhos, pela ajuda e pela paciência com a qual guiaram o meu aprendizado.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. OBJETIVOS	6
2.1. OBJETIVO GERAL:	6
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	6
3. METODOLOGIA	7
3.1. ANÁLISE DOS PRINCIPAIS CONCEITOS QUE NORTEIAM O PROJETO	7
3.2. ANÁLISE DE MERCADO E CRIAÇÃO DA PERSONA DA MARCA	8
3.3. ANÁLISE DE MERCADO E DISPONIBILIDADE DE COSMÉTICOS CAPILARES EM SITES BRASILEIROS	10
3.4. ANÁLISE DOS PRINCÍPIOS ATIVOS DOS COSMÉTICOS CAPILARES.	11
3.5. LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO	12
3.6. DESENVOLVIMENTO DE UMA PROPOSTA DE COMBINAÇÃO DE ATIVOS PARA FORMULAÇÃO DE TÔNICO CAPILAR	13
4. RESULTADOS	14
4.1. ANÁLISE DOS PRINCIPAIS CONCEITOS QUE NORTEIAM O PROJETO	14
4.3. ANÁLISE DE MERCADO E DISPONIBILIDADE DE COSMÉTICOS CAPILARES EM SITES BRASILEIROS	22
4.4. ANÁLISE DOS PRINCÍPIOS ATIVOS DOS COSMÉTICOS CAPILARES.	27
4.5. LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO	37
4.5.1. ALECRIM. INCI Name: Rosmarinus Officinalis (Rosemary)	37
4.5.2. ARGININA. INCI Name: Arginine	38
4.5.3. CAFEÍNA. INCI Name: Caffeine	38
4.5.4. HORTELÃ PIMENTA. INCI Name: Mentha Piperita	39
4.5.5. LOURO. INCI Name: Laurus Nobilis	39
4.5.6. MELATONINA. INCI Name: Melatonin	40
4.5.7. SAW PALMETTO. INCI Name: Serenoa Serrulata	40
4.6. DESENVOLVIMENTO DE PROPOSTA DE COMBINAÇÃO DE ATIVOS PARA FORMULAÇÃO DE TÔNICO CAPILAR	42
5. CONCLUSÕES	43

1. INTRODUÇÃO

O cabelo é um órgão de suma importância para o ser humano, tanto para a saúde física, quanto para a saúde mental. Segundo a Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD, 2017), o cabelo possui importante função social e de autoafirmação. Além da função estética, o cabelo possui função de proteção do couro cabeludo contra as radiações solares, evitando queimaduras e mantendo a temperatura corporal constante, diminuindo o atrito com a pele e protegendo os orifícios. Ademais, é importante para a identificação e expressão cultural, aumento da autoestima (saúde psíquica e mental) e bem-estar, tanto para homens quanto para mulheres (FERNANDES, 2013). Por isso, é necessário a identificação e tratamento das possíveis patologias do couro cabeludo (PINTO-ALMEIDA, 2013) para que se obtenha um cabelo saudável, visto que um cabelo só vai crescer forte e saudável se o couro cabeludo estiver íntegro.

Existem três diferentes fases no ciclo capilar: anágena (fase de crescimento ativo), catágena (involução/transição) e telógena (fase de repouso, que culmina na morte e queda do fio). O cabelo cresce cerca de 1 centímetro por mês (HARKEY, 1993) e segue crescendo por aproximadamente 2-6 anos antes de mudar de fase, cair e surgir outro fio em seu lugar. A fase de crescimento (anágena) é a mais ativa e de rápida proliferação, pois apresenta uma alta taxa de atividade mitótica (rápida replicação) e ocorre até que o cabelo atinja seu pico de maturidade. Esta fase dura de 2 a 6 anos (ABRAHAM, 2009).

A fase seguinte é quando o fio capilar se desprende da papila dérmica, mas segue acoplado ao couro cabeludo (fase catágena, também conhecida por fase de transição). Essa fase dura em média de 2-3 semanas (ABRAHAM, 2009).

Por fim, ocorre a fase em que o pelo fica mais rígido (queratinizado) e se encaminha até a superfície. Um novo fio inicia seu crescimento abaixo e empurra o fio antigo, que se desprende e acaba caindo (fase telógena). Essa fase dura aproximadamente 3 meses e cerca de 10% dos fios se encontram nessa fase. Há aproximadamente 100.000 folículos pilosos no couro cabeludo e aproximadamente 100 deles caem diariamente (ABRAHAM, 2009). A fase telógena também é importante, pois ela modula a fase anágena (ABRAHAM, 2009). Essa perda de

cabelo é fisiológica. Porém, há patologias que podem modificar o ciclo capilar e fazer com que aumente o número de fios que vêm a cair.

A palavra "alopecia" significa "queda capilar no couro cabeludo" e possui uma subclassificação em dois diferentes tipos: alopecia não cicatricial ou alopecia cicatricial. O primeiro tipo não possui sinais clínicos de inflamação, fibrose ou tecidos atrofiados; já o segundo tipo apresenta sinais de destruição tecidual, bem como inflamação e atrofia. As alopecias podem surgir através de vários fatores, entre eles: genéticos, hormonais, sazonais, alimentares, farmacoterápicos (principalmente quimioterápicos), doenças autoimunes, estresse, entre outros. Além desses fatores, também há a possibilidade de surgirem alopecias de forma idiopática, ou seja, sem causa específica definida (FERNANDES, 2013).

De acordo com a International Stress Management Association (ISMA-BR), o Brasil é o segundo país com a população mais estressada do mundo (30% da população), perdendo apenas para o Japão (70% da população) e seguido de China (24% da população) e Estados Unidos (20% da população). Segundo o relatório do ISMA-BR, as crises econômicas agravam ainda mais os quadros de estresse da população (DIALMA, 2020), o que pode acarretar em muitos danos à saúde, inclusive queda capilar.

Na busca por formulações que possuam alta performance no tratamento do couro cabeludo, surge uma nova preocupação: a sustentabilidade. O consumidor está atento às novas tendências de mercado que englobam conceitos de *slow beauty*, *green beauty* e *clean beauty* e está mais atento a questões que estão em alta na sociedade, como por exemplo a responsabilidade social e ambiental. Por isso, hoje em dia um produto cosmético não atende às necessidades se fizer bem somente para o consumidor; o produto cosmético deve fazer bem tanto para quem está utilizando o cosmético (o consumidor), quanto para o meio ambiente (sustentabilidade).

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GERAL:

Planejar o desenvolvimento de um tônico capilar de excelência, englobando conceitos de *slow beauty*, *green beauty* e *clean beauty* embasado em três pilares: alta performance, sustentabilidade e personalização dos cuidados capilares, considerando as necessidades individuais.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Apresentar os conceitos de *Slow Beauty*, *Green Beauty* e *Clean Beauty*.
2. Realizar análise de mercado e definir como seria a “persona” da marca e suas individualidades e problemas a serem resolvidos.
3. Analisar a oferta de produtos veganos e naturais em e-commerces brasileiros
4. Escolher a combinação de princípios ativos a serem utilizados, respeitando os pilares da sustentabilidade e alta performance.

3. METODOLOGIA

3.1. ANÁLISE DOS PRINCIPAIS CONCEITOS QUE NORTEIAM O PROJETO

Primeiramente, foi realizada uma busca para contextualização a respeito dos conceitos “*Slow Beauty*”, “*Green Beauty*” e “*Clean Beauty*”. Foi coletado material da Revista *Cosmetics and Toiletries*, da Revista FORBES, da Revista de Direito Ambiental e Socioambientalismo, da Revista de Negócios da Indústria da Beleza, da Revista Psicologia e Saúde do Debate, do site Euromonitor International, da agência de monitoramento Nielsen e do portal Cosmetic Innovation. Posteriormente, foi feita uma análise do mercado vegano no Brasil.

3.2. ANÁLISE DE MERCADO E CRIAÇÃO DA PERSONA DA MARCA

A análise de mercado foi feita tendo como base a pergunta “Qual o principal problema do meu consumidor que o meu produto vai resolver?”. A partir da resposta foi realizada a criação da “persona”, que é uma das principais estratégias de marketing para humanização das marcas. Pessoas se conectam com pessoas, que possuem suas características psicológicas, emocionais e comportamentais bem definidas (mas que nada impede que sejam modificadas ao longo do tempo). A persona é diferente do “público-alvo” justamente porque ela analisa as dores e os desejos individuais do avatar criado pela marca. Por isso é tão importante que a persona seja criada antes mesmo do logotipo de alguma marca, porque os princípios e valores da persona criada e da marca devem estar alinhados. Da mesma forma, o posicionamento deve ser bem planejado para que haja uma conexão maior e para que os clientes se tornem pessoas leais à marca e que irão recomendar os produtos para outras pessoas, pois acreditam no propósito e missão da marca). As pessoas hoje em dia são mais informadas, exigentes, demandam um relacionamento mais próximo e relevante por parte das empresas, ou seja, mais humano, transparente e orientado para seus próprios valores, que possibilite aproximação e troca de experiências para que sejam construídos fortes elos de encantamento, engajamento e fidelização (TURCHI, 2013).

É preciso ter em mente o que a pessoa responsável pela compra do produto busca (SIQUEIRA, 2013). Sendo assim, para a elaboração da persona, devem ser respondidas as seguintes perguntas:

Dados pessoais (como ela é?): Idade? Gênero? Estado civil? Quantas pessoas vivem em sua casa? Escolaridade? Renda?

Demográficas (onde a persona está situada): Onde mora?

Estilo de vida (como vive e o que faz?): Como é sua rotina? Estuda? Trabalha? É estressada? É uma pessoa muito ocupada? Implementa em sua rotina atividades de auto-cuidado? Suas atividades foram modificadas na pandemia? Quais são suas principais responsabilidades? Quais são seus principais hábitos de consumo?

Possui hobbies? Quais atividades que mais gosta de realizar? Como consome conteúdo? Quais redes sociais usa? Quais assuntos mais gosta de acompanhar?

Quais os sentimentos negativos que mais fazem a persona sentir dor? Qual o aspecto da sua vida gostaria que melhorasse? Qual o problema que mais lhe causa preocupação?

A partir da análise, a persona vai ganhar vida. Ela vai ter um nome, um rosto e um perfil bem definido, com as características comportamentais, emocionais e psicológicas específicas, com dores e desejos que farão com que ela se conecte com os consumidores reais. Além disso, para a criação da persona, será utilizada como referência a pesquisa realizada pela empresa de pesquisa de mercado global Euromonitor International, que avaliou o comportamento e as tendências globais de consumo no ano de 2021.

3.3. ANÁLISE DE MERCADO E DISPONIBILIDADE DE COSMÉTICOS CAPILARES EM SITES BRASILEIROS

Foram selecionados quatro sites brasileiros para realizar a busca. Dois dos quatro sites escolhidos são especializados em *slow beauty*, *green beauty* e *clean beauty* e comercializam cosméticos orgânicos, veganos e com selo cruelty-free (www.slowbeauty.com.br e www.useorganico.com.br). Os outros dois sites comercializam cosméticos em geral, sem que necessariamente se adequem a estes conceitos citados acima (www.epocacosmeticos.com.br e www.belezanaweb.com.br).

3.4. ANÁLISE DOS PRINCÍPIOS ATIVOS DOS COSMÉTICOS CAPILARES.

A Linha Láurea de Cosméticos Capilares (neste trabalho representada pelo produto Tônico Capilar Antiqueda Estimulante de Crescimento Capilar) segue três pilares principais: sustentabilidade, não basta ser bom apenas para o consumidor, deve ser bom para o meio ambiente também; alta performance, cosméticos com ativos que realmente funcionam e cumpram as necessidades e desejos do consumidores; e individualidade, cada consumidor possui um tipo diferente de cabelo, uma rotina diferente e desejos diferentes, então o produto busca se adequar às individualidades de cada consumidor, atendendo suas maiores expectativas. Sendo assim, os critérios de escolha dos princípios ativos obrigatoriamente se alinharam a esses pilares.

No site www.epocacosméticos.com.br foi pesquisado “tônico capilar” e foram colocados os seguintes filtros: “cruelty free”, “natural”, “vegano”, “sem parabenos” “sem sulfatos”.

No site www.belezanaweb.com.br foi pesquisado por “tônico capilar”, e “tratamento”. Foram utilizados os seguintes filtros: “sem parabenos”, “veganos” e “cruelty free”. Por fim, tais resultados foram combinados com : “Cabelos com Queda ou Ralos” ou “Problemas com Caspa/Problemas do Couro Cabeludo”

No site www.useorganico.com.br , como ele já é especializado em produtos orgânicos, veganos, naturais e cruelty free, foi procurado diretamente “tônico capilar”.

No site www.slowbeauty.com.br, como ele já é especializado em produtos orgânicos, veganos, naturais e cruelty free, foi procurado diretamente “tônico capilar”.

3.5. LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

Após a pesquisa dos principais ingredientes ativos encontrados nos sites especializados e não especializados, foi realizado um levantamento bibliográfico na literatura, em português e inglês. Este levantamento foi realizado através de trabalhos científicos publicados em bases de dados (Google Acadêmico, Pubmed e Science Direct) e em revista científica (*Cosmetics and Toiletries*). No site Google Acadêmico foi pesquisado por “mecanismo de ação: queda de cabelo fase telógena cosméticos tópicos” e “mecanismo de ação: crescimento novos folículos capilares ativos cosméticos”. Na base de dados Pubmed e Science Direct foram utilizadas as palavras “[hair tonic] AND [hair loss]”, “[5 α reductase inhibitors] AND [hair]”, “[rosmarinus] AND [hair growth]”, “[topical melatonin] AND [stress oxidative]”, “[inhibitors 5 α reductase] AND [hair loss] AND [saw palmetto], [arginine] AND [oxidative dye], [caffeine] AND [antioxidant] AND [hair growth], [mentha piperita] AND [hair growth] AND [stimulant], [laurus nobilis] AND [antioxidant] AND [anti-inflammatory].

3.6. DESENVOLVIMENTO DE UMA PROPOSTA DE COMBINAÇÃO DE ATIVOS PARA FORMULAÇÃO DE TÔNICO CAPILAR

Após a análise dos produtos que estão no mercado e seus respectivos princípios ativos e levantamento bibliográfico, foi sugerida a combinação de ativos para formulação de um tônico capilar. Para chegar nessa combinação, além dos produtos mais conhecidos e utilizados no mercado, foi realizada uma busca na literatura a fim de encontrar ingredientes cosméticos ativos pouco explorados, para evidenciar a inovação.

4. RESULTADOS

4.1. ANÁLISE DOS PRINCIPAIS CONCEITOS QUE NORTEIAM O PROJETO

As tendências de beleza sofreram grandes mudanças nos últimos tempos. O consumidor começou a se questionar mais a respeito de aspectos que antes passavam despercebidos, como por exemplo a cadeia de produção de um produto e os ingredientes que estão contidos no mesmo. O acesso instantâneo à informação, através da internet, propiciou que o consumidor se tornasse mais crítico e com isso houve uma significativa mudança de pensamento e no comportamento da sociedade, e a partir disso, alguns conceitos acabaram se tornando mais relevantes, entre eles “*slow beauty*”, “*green beauty*” e “*clean beauty*”. No entanto, a falta de uma definição padronizada e globalmente aceita dessas categorias de beleza cria desafios tanto para os consumidores quanto para os fabricantes, pois no Brasil ainda não há uma legislação específica (FLOR et al., 2019) que se responsabilize e certifique esses conceitos, que acabam muitas vezes sendo confundidos entre si, porém eles não possuem o mesmo significado e é importante que se entenda a diferença entre eles.

“*Slow beauty*” não é somente um novo conceito de beleza, “*slow beauty*” se tornou um estilo de vida, uma filosofia que busca a profunda consciência do consumidor em relação ao consumo e a procedência dos produtos utilizados, o que instiga a sociedade a reanalisar seus hábitos de consumo e se posicionar contra os impulsos consumistas (MENDONÇA, 2019).

Além do mais, esse movimento não busca apenas evitar os componentes que fazem mal à nossa saúde e a nós mesmos, a essência desse movimento é gerar uma mudança de paradigmas, entender que podemos ter uma vida mais leve, desacelerada, literalmente mais “*slow*” (tradução do inglês para “lenta”), menos superficial e passar a entender a importância do que está por trás de um simples produto, minimizando impactos ecológicos (priorizando embalagens recicláveis em produtos, por exemplo) e percebendo que as agressões ao meio-ambiente acabam afetando aos próprios seres humanos, consequentemente (ERMOLAEVA, 2019).

O termo “*Green Beauty*” possui como tradução literal “Beleza Verde” e também é chamado de “*Natural Beauty*”, esse conceito tem seu foco no impacto ambiental e é um dos claims que vem sendo muito utilizado pelo marketing das

empresas, porque remete ao conceito de “beleza natural” e muitas vezes está erroneamente associado como sinônimo de cosméticos veganos ou de beleza limpa (“*clean beauty*”). Ou seja, um cosmético da categoria “*clean beauty*” não precisa apenas ter ingredientes naturais para ser considerado “limpo”, porque existem muitos componentes artificiais que são considerados seguros, porém nem todos os cosméticos “verdes” ou naturais podem ser considerados “clean”, porque não significa que todos os ingredientes que tenham origem natural sejam seguros (GREER 2020).

No entanto, apesar do movimento “*green beauty*” estar ganhando mais força, é preciso ficar atento ao conceito de “greenwashing” que aparece paralelamente. Foi realizada uma abordagem crítica sobre “greenwashing” na atualidade pela Revista de Direito Ambiental e Socioambientalismo, em 2017, a respeito do conceito greenwashing, analisando como este fenômeno é visto muitas vezes de forma pejorativa, já que diversos órgãos e empresas fazem afirmações falsas ou enganosas, através de suas campanhas de marketing, visando a gerar uma imagem deturpada de uma responsabilidade ambiental que na verdade não existe por parte deles (SOUZA, 2017).

O relatório da Euromonitor (2018) realizou uma crítica sobre os perigos do fenômeno “greenwashing”. O “greenwashing” é o movimento que algumas empresas realizam para mascarar e promover uma imagem de sustentabilidade onde não existe sustentabilidade, onde utilizam desse gatilho de marketing para promover as vendas da empresas associando sua imagem a algum apelo ambiental, quando na verdade a empresa não se importa verdadeiramente com o meio-ambiente. Em uma previsão que compara o impacto do conceito da transparência relacionado ao “green market” em 2016 e 2021, os dados mostraram que em 2016 o impacto era de menos da metade do que seria em 2021, ou seja, em 2021 o consumidor priorizaria a transparência para poder construir um relacionamento duradouro de lealdade com a marca, e o “greenwashing” já não seria mais tolerado como era no passado. Além disso, “posicionamento ético” é um dos três pilares que englobam o novo conceito de “*green beauty*” (FCE COSMETIQUE, 2018).

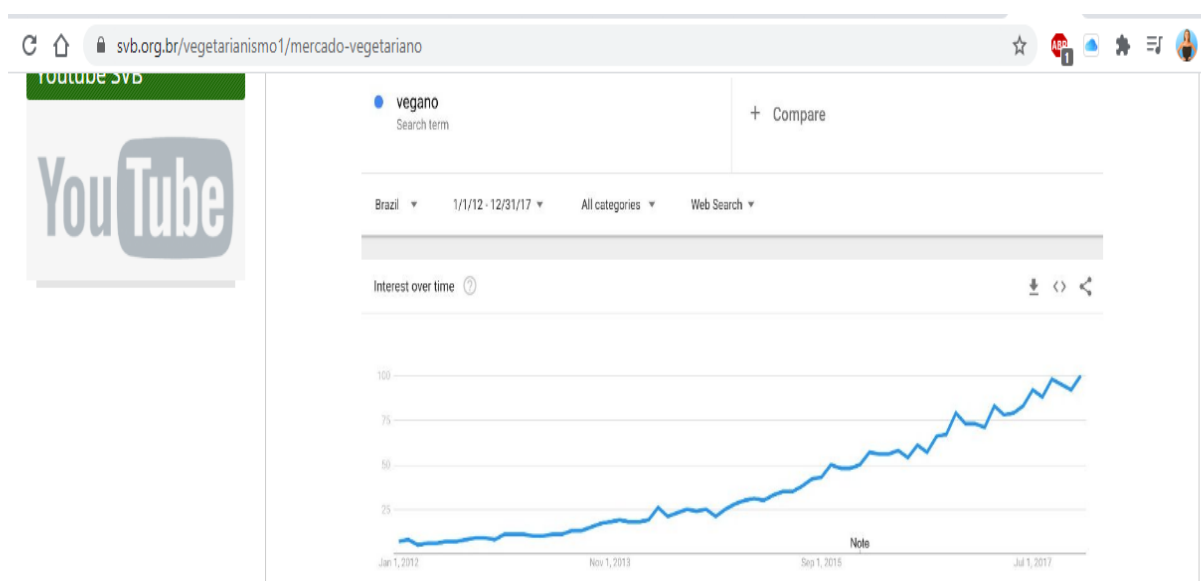
Sendo assim, é possível observar que a partir desse movimento (“*green beauty*”) e dessas afirmações falsas, foi que surgiu o conceito de “*clean beauty*”. Segundo a Revista de Negócios da Indústria da Beleza (2021): “tecnologia e transparência estão na essência do movimento “*clean beauty*”, que se fortalece

alinhado às escolhas de consumo que priorizam saúde e bem-estar [...]”(FRANQUILINO, 2021).

O consumidor passou a estar mais atento e melhor informado, com mais acesso à informação, então consegue ser mais crítico na hora de analisar o que há de fato dentro do produto em questão, não admitindo mais ser enganado. Segundo a Revista Cosmetics & Toiletries Brasil (2020), os consumidores buscam segurança na hora da escolha e utilização do produto e eles não admitem mais rótulos mascarados. É por isso que os cosméticos que estão na categoria “*clean beauty*” são elaborados de forma consciente, com fórmulas livres de ingredientes tóxicos (também conhecidos como ingredientes “proibidos”), sem comprometer a aparência e ação do produto. (PALEFSKY, 2020).

Além dos conceitos citados acima de “*slow beauty*”, “*green/natural beauty*” e “*clean beauty*”, também é muito importante entender sobre os conceitos de Cosméticos Veganos. De acordo com a Sociedade Vegetariana Brasileira (2018), de janeiro de 2012 a dezembro de 2017 o volume de buscas pelo termo ‘vegano’ aumentou 14 vezes no Brasil em uma análise realizada pelo Google Trends, como pode ser observado na Figura 1.

FIGURA 1: Buscas pelo termo “vegano” na plataforma de busca de informações “Google Trends”.



(Fonte: disponível em <https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/mercado-vegetariano>, acesso em 04/04/2021)

Os dados do Google Trends (Figura 1) mostram que o crescimento no volume de buscas pelo tema tem aumentado a cada ano e a projeção é que siga aumentando (SBV, 2018).

Com esse aumento, também crescem os desafios envolvendo este mercado. Um dos desafios é em relação à padronização e certificação desse tipo de cosméticos. Assim como para os cosméticos limpos e naturais, não há um órgão oficial que regule os cosméticos veganos. Porém, há ONGs (organizações não governamentais) que realizam a certificação e emissão de selos, entre elas, podemos considerar que as principais para Cosméticos Naturais e Orgânicos são: Cosmetic Organic Standard, também conhecida como Cosmos. , e foi elaborada em conjunto com outros cinco organismos de certificação internacional: BDIH (Alemanha), Cosmebio (França), Ecocert Greenlife SAS (França), ICEA (Itália) e Soil Association (Grã-Bretanha), com o objetivo de definir requisitos mínimos comuns e padronizar globalmente as regras para a certificação de cosméticos naturais e orgânicos; NATRUE; Instituto Biodinâmico (IBD); Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) e ISO 16128 (FLOR, 2019).

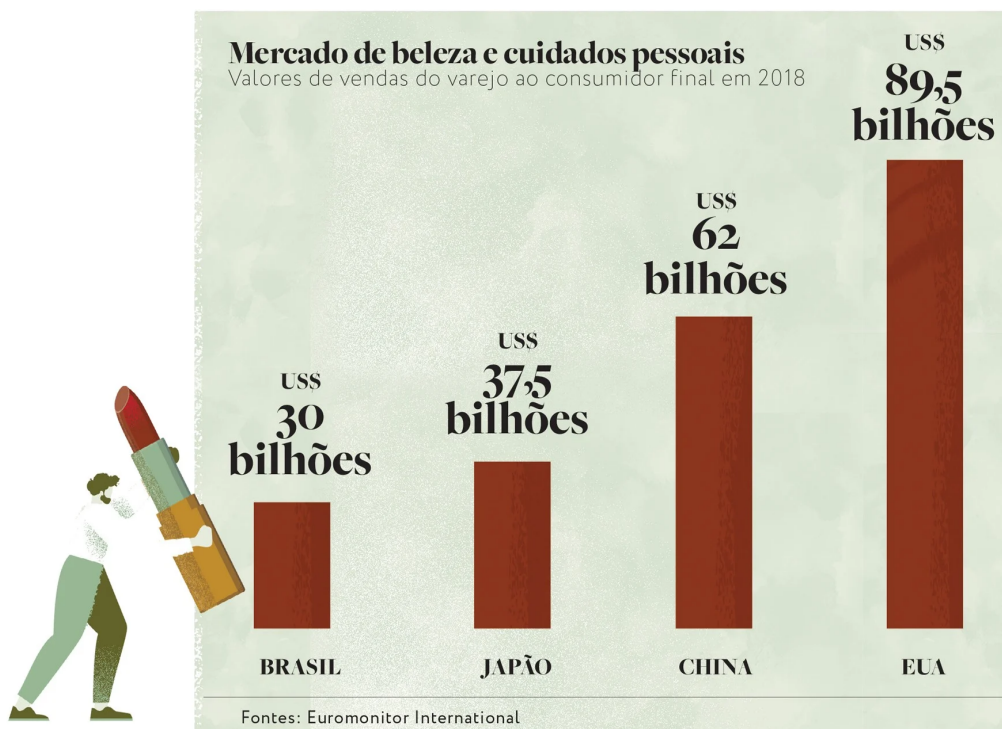
Já para cosméticos orgânicos, de acordo com a Revista Cosmetics & Toiletries (2019), os principais órgãos certificadores são: Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), sendo o selo vegano da SVB atribuído a produtos isentos de ingredientes de origem animal em sua composição e cuja empresa que o produziu e cujos fabricantes de seus ingredientes não realizam testes em animais (SVB - Selo Vegano); e People for the Ethical Treatment of Animals (PETA), que reconhece dois selos a produtos cosméticos, o Cruelty-free e o Approved Vegan. O selo Cruelty Free garante que os produtos com esse selo não são testados em animais nem possuem, em sua composição, matérias-primas testadas em animais. (FLOR, 2019). Porém nem todo produto com o selo Cruelty Free é obrigatoriamente vegano, pois pode conter insumos de origem animal em sua composição, desde que sua obtenção não tenha causado sofrimento ao animal, o que faz com que o produto em questão não seja mais considerado vegano.

Sendo assim, podemos perceber que apesar dos conceitos se misturarem e muitas vezes serem confundidos uns aos outros, ainda existe muito para se evoluir em relação às padronizações e certificações, no entanto a sociedade está se encaminhando para se tornar uma geração que entende melhor e busca o valor da transparência, consciência de consumo e responsabilidade ambiental e social.

4.2. ANÁLISE DE MERCADO E CRIAÇÃO DA PERSONA DA MARCA

O Brasil é um país que está em ascensão quando o assunto é mercado da beleza e cuidados pessoais. Segundo o provedor de pesquisa de mercado Euromonitor International (relatório de 2019, relativo aos dados de 2018), o Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo, sendo o nicho de cosméticos capilares um dos principais responsáveis por este resultado. O Brasil fica atrás de Estados Unidos, China e Japão (WEBER, 2020). Na Figura 2 podemos observar o valor de venda total no mercado da beleza dos quatro países com maior expressividade no setor (EUA, China, Japão e Brasil).

FIGURA 2: Valor de venda total no mercado da beleza dos quatro países com maior expressividade no setor.



Fonte: Revista Forbes (2020).

De acordo com o Portal Cosmetic Innovation, o mercado de cosméticos capilares no Brasil (4ª lugar no ranking mundial) gera um montante de US\$ 6 bilhões ao ano (EUROMONITOR 2019, dados referentes a 2018). Já os Estados Unidos (país que lidera o ranking de compras Hair Care no mundo) possuem um valor de venda de cosméticos capilares de US\$ 13 bilhões, ou seja, mais da metade do montante brasileiro. Se for considerado o montante de compra de cosméticos

capilares a nível mundial, o valor chegaria a US\$ 77 bilhões (COSMETIC INNOVATION, 2020).

O portal de pesquisas Euromonitor International também destacou que o mercado de beleza e cuidados pessoais será regido por três principais tendências globais, sendo elas: uma maior presença no mundo digital, posicionamentos éticos e atributos orgânicos e naturais. (COSMETIC INNOVATION, 2020).

Já a agência de monitoramento Nielsen (2018) aponta características um pouco distintas para o futuro deste mercado: preferência por produtos mais naturais quando comparados aos mais convencionais, personalização dos produtos e consumidores cada vez mais conectados (e melhor informados).

A partir dessas projeções de tendências realizadas por Nielsen, podemos interpretar que o aumento do digital foi ainda mais impactado e acentuado pelo cenário mundial envolvendo o Coronavírus, já que as pessoas não podem se encontrar, acaba havendo um aumento do engajamento digital e uma diminuição do engajamento presencial. Com isso, as novas pequenas empresas acabam ganhando uma oportunidade maior de se destacarem, visto que o alcance orgânico para um público expressivo no digital não precisa de investimentos muito altos, diferentemente de mídias impressas (panfletos, outdoors) que existiam no mercado presencial e possuíam um custo muito maior de investimento.

Outro fator importante é a facilidade em encontrar informações que a internet propicia, com isso, o comportamento do consumidor acabou se modificando nos últimos tempos. O consumidor está mais informado, mais atento, mais crítico, mais seletivo e consciente. Na hora da compra alguns fatores acabam influenciando mais do que antigamente, pois no atual contexto mundial em que nos encontramos, o consumidor busca produtos de beleza que efetivamente contribuam para o seu bem-estar, que faça bem para eles próprios (autocuidado), mas que também façam bem para o meio-ambiente (sustentabilidade).

Para a criação da persona, foi utilizada como referência e ponto de partida a pesquisa realizada pela empresa de pesquisa de mercado global Euromonitor International, que avaliou o comportamento e as tendências globais de consumo no ano de 2021. A pandemia da COVID-19 criou, influenciou ou acelerou cada tendência. Em 2021, segundo esta pesquisa, os consumidores irão apresentar 10 principais tendências globais de consumo em 2021, entre elas as que mais se alinham aos propósitos da marca são: produtos com apelo mais sustentável (que se

preocupem e protejam a saúde tanto da sociedade, quanto do planeta), otimização do tempo (produtos que apresentem uma maior flexibilidade de uso, permitindo que sejam encaixados na rotina), segurança e bem-estar em sintonia (priorizando a saúde integral dos consumidores), promoção do bem-estar psicológico e maior busca por autocuidado (ANGUS et al, 2021).

Primeiramente, deve ser respondida a pergunta base para a elaboração da persona é qual o principal problema da persona que o produto vai resolver. Sendo este a queda de cabelo acentuada que a persona está sofrendo.

Beatriz Bertoncello é uma mulher de 28 anos, heterossexual, solteira (terminou seu relacionamento recentemente, pouco tempo antes do início da pandemia), mora sozinha em seu apartamento na cidade de Porto Alegre, possui ensino superior completo, é dentista e está fazendo pós graduação em estética avançada e seu salário é de aproximadamente R\$ 10.000,00 por mês.

Beatriz é apaixonada pelo seu trabalho, adora sua rotina. Acorda cedo, vai na academia, tenta se alimentar bem, bebe bastante água, possui uma rotina diária de cuidados faciais (no entanto, como ela é uma pessoa muito ocupada, ela prioriza produtos que otimizem seu tempo, que apresentem excelentes resultados em pouco tempo e que sejam práticos), faz meditação, realiza atendimentos em seu consultório onde trabalha como autônoma. Beatriz sentiu diretamente o impacto da pandemia com a diminuição do seu número de pacientes (algumas vezes os pacientes não compareciam às consultas por medo do coronavírus, outras vezes ela era impossibilitada de realizar atendimentos em função das trocas de bandeiras em sua região). Essa instabilidade gera muita angústia nela, pois como ela é autônoma, ela depende completamente do seu próprio trabalho para sobreviver, possui muitas responsabilidades e muitas vezes sente que não vai conseguir dar conta de tudo.

Uma atividade que Beatriz adora fazer para relaxar (e é um dos seus principais hobbies) é correr ao ar livre, ouvindo alguma música que goste, de preferência quando o sol está nascendo ou se pondo. Beatriz gosta de sentir a energia advinda da natureza e se sente mais leve e menos angustiada quando consegue se conectar com o meio-ambiente.

Beatriz utiliza as redes sociais com uma certa frequência, tanto para se conectar com amigos e familiares, quanto para se conectar com seus pacientes. Ela gosta de compartilhar seu dia a dia nas redes sociais e gosta de acompanhar perfis que possuam hábitos parecidos com os dela, pessoas que apreciam um estilo de

vida mais equilibrado, que realizam rituais de autocuidado, meditação, prática de exercícios físicos. Além disso, ela gosta de se manter informada, então também consome conteúdos sobre economia, finanças e empreendedorismo feminino. Beatriz acredita que ela é o resultado das 5 pessoas com quem ela mais tem proximidade (seja pessoalmente ou virtualmente), então ela tenta filtrar os conteúdos que consome na internet, tentando não acompanhar pessoas/notícias tóxicas ou que não gerem um conteúdo que impacte sua vida de forma positiva. No início da pandemia Beatriz tinha o hábito de assistir tele-jornais, porém com o passar do tempo decidiu abolir este hábito de sua vida, visto que ela é uma pessoa muito sensível e ficava muito triste e abalada com tudo o que estava assistindo nos noticiários.

Apesar de tentar não ser uma pessoa estressada e possuir hábitos que elevem sua qualidade de vida, Beatriz é uma pessoa estressada, excessivamente preocupada e que se irrita com facilidade. Ela sente com frequência sentimentos que a incomodam, como por exemplo: angústia em relação à imprevisibilidade do futuro, estresse e medo de perder pessoas que ama.

Beatriz sempre gostou de aproveitar a vida ao lado de pessoas especiais, viver novas experiências, sair da zona de conforto. Sente medo e angústia por não saber se/quando vai poder viajar novamente, se/quando vai poder abraçar seus familiares que estão no grupo de risco, se/quando vai realizar os planos que foram adiados.

Todo esse estresse acabou acarretando em uma acentuada queda capilar, que acaba gerando ainda mais estresse e se torna um ciclo vicioso, visto que a perda de cabelo faz com que ela fique com autoestima baixa, gerando mais estresse e conforme ele permanece em sua vida, mais perceptível e a queda capilar.

4.3. ANÁLISE DE MERCADO E DISPONIBILIDADE DE COSMÉTICOS CAPILARES EM SITES BRASILEIROS

Foram selecionados quatro sites brasileiros para realizar a busca (www.slowbeauty.com.br, www.useorganico.com.br, www.epocacosmeticos.com.br e www.belezanaweb.com.br). Em todos estes sites foi encontrada uma vasta gama de cosméticos capilares.

No site www.belezanaweb.com.br foi pesquisado “tônico capilar”, e “tratamento”. Foram utilizados os seguintes filtros: “sem parabenos”, “veganos” e “cruelty free”. Estes filtros foram combinados com os filtros “Cabelos com Queda ou Ralos” e “Problemas com Caspa/Problemas do Couro Cabeludo”. Para o resultado “cabelos com queda e ralos” foram encontrados 26 produtos, entre eles 12 estavam disponíveis. Para o resultado “cabelos com caspa ou problemas do couro cabeludo”, foram encontrados 9 resultados, entre eles 3 estavam disponíveis.

No site www.epocacosmeticos.com.br foi pesquisado “tônico capilar” e foram colocados os seguintes filtros: “cruelty free”, “natural”, “vegano”, “sem parabenos” “sem sulfatos” Foram encontrados 7 produtos, porém 2 deles eram “kits” do Tônico Rapunzel Lola Cosmetics e 1 era “BEAUTY AND PLANET - Love Beauty and Planet Hope & Repair Shampoo - 300ml” (e por ser shampoo, não se enquadra na categoria de tônicos).

No site www.useorganico.com.br, como ele já é especializado em produtos orgânicos, veganos, naturais e cruelty free, foi procurado diretamente “tônico capilar” e foram encontrados 9 produtos, entre eles apenas 5 estavam disponíveis.

No site www.slowbeauty.com.br, como ele já é especializado em produtos orgânicos, veganos, naturais e cruelty free, foi procurado diretamente “tônico capilar” e foram encontrados 2 produtos:

Na tabela 1 pode ser observado o resultado da pesquisa de produtos cosméticos capilares disponíveis no mercado, com seus respectivos ativos cosméticos e preço. A elaboração desta tabela foi realizada através da busca em quatro e-commerces brasileiros especializados em cosméticos.

TABELA 1: Produtos cosméticos capilares e seus respectivos ativos cosméticos e preço encontrados em e-commerces brasileiros especializados em cosméticos.

SITE	NOME DO PRODUTO	ATIVOS COSMÉTICOS	PREÇO
Beleza Na Web	Ada Tina Amplexo - Loção Antiqueda 50ml	Active Caffeine E Carnitina, GHK Peptídeo	R\$ 177,90
Beleza Na Web	Acquaflora Equilíbrio Caspa - Tônico Anticaspa 60ml	Piroctone Olamina E Ácido Salicílico	R\$ 33,90
Use Orgânico	Ahaloe - Néctar De Aloe Vera Orgânico (Extrato De Babosa) Multifuncional 250ml	Aloe Barbadensis Juice	R\$ 46,55
Use Orgânico	Almanati - Tônico Capilar Natural Homem 120ml	Alecrim, Aloe Vera, Hamamélis, Jaborandi	R\$ 76,50
Use Orgânico	Arte Dos Aromas - Óleo Essencial De Louro 5ml	Laurus Nobilis, Óxidos: (1,8 Cineol) 30-70%	R\$ 57,00
Beleza Na Web	Aveda Invati Advanced - Tônico Capilar 150ml	Alecrim, Gerânio, Lavanda, Extratos De Casca De Tangerina E De Fallopia Japonica, Ginseng, Cúrcuma Orgânica, Extrato Orgânico De Amla, Aminoácidos	R\$ 480,90
Época Cosméticos	Aveda Volumizing Tonic – Tônico Capilar - 100ml	Extrato De Flor De Lavandula Angustifolia (Lavanda), Extrato De	R\$ 126,00

		Echinacea Purpurea (Coneflower), Suco De Folhas De Aloe Barbadensis, Copolímero De , Pantenol, Aminoácidos Do Trigo	
Use Orgânico // Slow Beauty	Cativa Natureza - Tônico Capilar Estimulante Natural Maria Da Selva 120ml	Alecrim, Guanxuma, Mulateiro, Aloe Vera, Melaleuca Alternifolia Leaf Water (Hidrolato De Tea Tree), Melaleuca Alternifolia Essential Oil Tea Tree (Óleo Essencial De Tea Tree / Melaleuca)	R\$ 53,20 // 44,90
Beleza Na Web	Farmaervas Urban Men - Tônico Antiqueda 30ml	Vitamina B3 E Pró-vitamina B5:	R\$ 28,90
Beleza Na Web	Forever Liss Professional Cresce Cabelo - Tônico Capilar 60ml	Biotina, Ceramidas, D-pantenol	R\$ 44,90
Beleza Na Web	Gaboni Clinical Tonico Capilar Auxilio No Crescimento 60ml	Fitoextratos / Biotina / Mentol	R\$ 94,00
Beleza Na Web	Haskell Jaborandi - Tônico Capilar 40ml	Extrato De Jaborandi, Extrato De Hortelã, Extrato De Carqueja, Extrato De Cavalinha, Vitamina A	R\$ 21,00

Beleza Na Web	Keune Care Derma Activate - Loção Capilar 75ml	Vitamina H, Cafeína E Takanal	R\$ 396,00
Beleza Na Web	Keune So Pure Energizing Lotion - Loção Capilar 45ml	Óleo De Argan, Limão, Ginseng, Cafeína	R\$ 517,90
Beleza Na Web	Keune So Pure - Tratamento Esfoliante 100ml	Óleo De Argan, Óleo De Melaleuca	R\$ 439,90
Uso Organico	Livealoe - Puro Gel Multifuncional Natural De Aloe 210ml	Aloe Barbadensis Gel* (Gel De Aloe Vera), Enzimas, Aminoácidos, Vitaminas A, C, D, E, Complexo B, Sais Minerais Como Cálcio, Sódio, Magnésio, Manganês, Ferro, Zinco, Potássio E Cromo E Ácidos Graxos	R\$ 35,15
Slow Beauty	LCS - Tônico Capilar Nutri Scalp 100 MI	Vitamina B3, Extrato De Levedura, Niacinamida, Arginina, Pisum Sativum (Pea) Extract, Panthenol	R\$ 189,90
Beleza Na Web//Época Cosméticos	Lola Cosmetics Rapunzel 230ml	Cafeína, Arginina, Ginkgo Biloba	R\$ 65,90
Beleza Na Web	O Boticário - Match Tônico Do Crescimento	Vitamina B, Proteínas	R\$ 79,00

	Complexo Acelerador, 100ml		
Época Cosméticos	Phytoervas Antiqueda Bétula Natural - Tônico Capilar 70ml	Phytocomplex: Um Complexo De Cereais Integrais – Linho, Quinoa E Trigo, Bétula Natural.	R\$ 29,90
Beleza Na Web	Relax Cosméticos Melaleuca Tea Tree - Água Floral Natural 50mL	Melalêuca	R\$ 45,00
Beleza Na Web	Siàge Eudora Tônico Capilar - Acelera O Crescimento 65ml Versão 2	Biotecnologia Affinite 4D, Prebioóticos E Biotina	R\$ 54,90
Beleza Na Web//Época Cosméticos	Yenzah Whey Amino - Tônico Capilar 120ml	Aminoácidos, Combinados À Extratos Vegetais,	R\$ 52,90

4.4. ANÁLISE DOS PRINCÍPIOS ATIVOS DOS COSMÉTICOS CAPILARES.

Tendo como base os 4 sites de e-commerce especializados em cosméticos, foi possível observar que vários ativos apareceram repetidamente entre os produtos, ou seja, não há uma inovação muito grande no desenvolvimento das formulações de produtos cosméticos capilares. Ativos como o alecrim, aloe vera, lavanda, melaleuca (tea tree) e óleo de argan foram encontrados em mais de um produto. Através de uma rápida pesquisa na base de dados Google Acadêmico, é possível constatar que existem inúmeros artigos a respeito destes ativos, relacionando eles com estímulo do crescimento capilar e/ou diminuição da queda de cabelo. Sendo assim, podemos concluir que, conforme mais pesquisas forem realizadas na área da saúde capilar, mais ativos inovadores poderão ser incorporados nos produtos cosméticos para cabelo.

Na tabela 2 pode ser observado o nome dos ativos encontrados nos produtos da TABELA 1 e com resultados encontrados nas bases de dados Prospector ou ScienceChem. Seus respectivos INCI Name (nome pelo qual o ativo é conhecido internacionalmente e está nos rótulos e embalagens de produtos cosméticos) também constam na tabela, bem como as propriedades biológicas e cosméticas encontradas.

TABELA 2: Ativos e propriedades biológicas dos cosméticos capilares citados na Tabela 1. Busca realizada apenas nas bases de dados Prospector e ScienceChem

ATIVO	INCI NAME	PROPRIEDADES BIOLÓGICAS E COSMÉTICAS	REFERÊNCIA
Ácido Salicílico	Salicylic Acid	Antisséptico, Anti-caspa	Prospector: https://www.ulprospector.com/pt/la/personalcare/detail/5618/527084/salicylic-acid?st=1&sl=103297310&crit=U2fsawn5bgljiefjawq

			gpibbz2vudgvziefudgk tq2fzcgce%3d&Ss=2
Alecrim (Rosmarinus)	Rosmarinus Officinalis	Estimulante de cabelo, anti séptico e agente anti-inflamatório. Também oferece uma ação adstringente tonificante refrescante e benefícios restauradores aos fios.	https://www.Ulprospec tor.Com/Pt/La/Person alcare/Detail/28521/60 1302/Bioextract-alecri m-hg?St=1&SI=10329 7420&Crit=A2v5d29yz dpbywxly3jpbv0%3d& Ss=2&K=Alecrim&T= Alecrim
Aloe Vera // Babosa	Aloe Vera	Emoliente, , anti-inflamatório, agente hidratante, refrescante, calmante e reepitelizante	Specialchem: https://Cosmetics.Spe cialchem.Com/Product /l-provital-aloe-vera-ge l-m-s?Incinfo={6651de cf-743d-4c1d-9e3f-95 9744529628}
Arginina	Arginine	Agente hidratante, agente condicionador, neutralizante e melhorador estético e impede o desbotamento da tintura oxidativa	Specialchem https://cosmetics.speci alchem.com/product/i- ajinomoto-l-arginine-c:
Bétula	Betula Alba Leaf Extract	Agente anti-inflamatório, adstringente.	https://www.Ulprospec tor.Com/Pt/La/Person alcare/Detail/31261/64 5671/Betula-alba-leaf- extract?St=1&SI=1032 97658&Crit=A2v5d29y

			zdpbqsojvfmqv0%3d&Ss=2&K=B%C3%89tula&T=B%C3%89tula
Biotina (Vitamina B7 //Vitamina H)	Biotin	Tratamento de perda de cabelo (alopécia) Melhora a resistência do cabelo e estimula o crescimento capilar.	https://www.Ulprospector.Com/Pt/La/Personalcare/Detail/34151/750886/Biotin?St=1&SI=103297715&Crit=A2v5d29yzdpbqklpveloxq%3d%3d&Ss=2&K=Biotin&T=Biotin
Cafeína	Caffeine	Agente Antioxidante, Condicionador e Hiperêmico (Estimula a Circulação Sanguínea) e estimula o crescimento capilar. Fácil penetração.	Https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-merck-kгаа-darmstadt-germany-ronacare-caffeine
Carnitina	Carnitine	Agente de limpeza surfactante, agente espumante, agente antiestático, agente condicionador de cabelo e pele	https://cosmetics.specialchem.com/product/i-artec-chemical-artec-chemical-carnitine
Cúrcuma Orgânica	Curcuma Longa (Turmeric)	Antibacteriano	Https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-amsar-turmeric

Extrato Orgânico De Amla	Phyllanthus Emblica	Agente clareador, antioxidante, melhora a textura capilar. Neutraliza o couro-cabeludo.	https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-provital-kerascalp
Extrato De Carqueja	Baccharis Trimeria	Sem resultados nas bases de dados Prospector e SpecialChem.	
Extrato De Cavalinha	Equisetum Arvense	Anti-inflamatório	https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-sk-bioland-horsetail-extract
Extrato De Purpureaechinacea (Coneflower)	Echinacea Purpurea Root Extract	Anti-acne, anti-envelhecimento, antibacterianos, antioxidantes, anti-cicatrices, hidratantes e protetores	https://www.Ulprospector.Com/En/La/Personalcare/Detail/31163/643556/Echinacea-purpurea-herbasec?St=1&SI=103320330&Crit=A2v5d29yzdpbuhvyhvyzwegrwnoaw5hy2vhxq%3d%3d&Ss=2&K=Purpurea Echinacea&T=Purpurea+Echinacea
Extrato De Fallopia Japonica	Fallopia Japonica	Agente natural de antienvelhecimento. Também Apresenta Propriedades Antioxidantes,	https://www.Ulprospector.Com/En/La/Personalcare/Detail/33962/195240/Resve?St=1&SI=103320402&Crit=A2

		Antiinflamatórias, Antiacne e Desodorizantes.	v5d29yzdpbzmfsbg9w awegamfwb25py2fd& Ss=2&K=Fallopia Jap onica&T=Fallopia+Jap onica
Extrato De Hortelã	Mentha Piperita Extract	Estimulante, anti-séptico, adstringente, refrescante e ligeiramente anestésico	Https://Www.Ulprospe ctor.Com/En/La/Person alcare/Detail/33959/7 48959/Peppermint-gly colic-extract-hg?St=1 &SI=103320611&Crit= A2v5d29yzdpbtwvudg hhifbpcgvyaxrhiev4dhj hy3rd&Ss=2&K=Ment ha Piperita Extract&T= Mentha+Piperita+Extr act
Extrato De Levedura	Saccharomyces Cerevisiae	Remodela a rede capilar estimulando a neovascularização e aumentando a resistência capilar.	Https://Cosmetics.Spe cialchem.Com/Product /I-silab-actiflow
Extrato De Pisum Sativum (Pea)	Pisum Sativum (Pea) Extract	Pode ser usado como antienvelhecimento, em suavizantes da pele e em aplicações de tonificação da pele.	Https://Www.Ulprospe ctor.Com/En/La/Person alcare/Detail/4990/59 9698/Heliostatine-isr? St=1&SI=103320972& Crit=Uglzdw0gu2f0axz 1bsaougvhksbfehryyw n0&Ss=2

Extrato De Tangerina	Citrus Reticulata (Tangerine) Peel Extract	Bom efeito antioxidante para uma aparência de pele radiante e harmonizada, Forte potencial anti-inflamatório	https://www.ulprospector.com/en/la/personalcare/detail/2163/2803003/tego-natural-citrus?st=1&sl=103321059&crit=Q2l0cnvzifjldgljdwxdgegkfrhbmdlcmluzskgugvlbcbfehrywn0&ss=2
Gerânio	Geranium Robertianum	Adstringente, Antiinflamatório, Anti-séptico.	https://www.ulprospector.com/en/la/personalcare/search?incival=Geranium+Robertianum+Extract&sug=1&st=1
GHK	Copper Tripeptide-1	Estimula síntese de elastina e colágeno, agente anti-inflamatório e antioxidante.	https://www.ulprospector.com/en/la/personalcare/detail/34151/750913/ghk-cu?st=1&sl=103321214&crit=A2v5d29yzdpbr0hlxq%3d%3d&ss=2&k=Ghk&t=Ghk
Ginkgo Biloba	Ginkgo Biloba Leaf Extract	Agente anti-radical livre, propriedades de miniaturização e anti-inflamatórias	https://www.ulprospector.com/en/la/personalcare/detail/31055/645647/ginkgo-biloba?st=1&sl=103321345&crit=A2v5d29yzdpbr2l ua2dviejpbg9iyv0%3d

			&Ss=2&K=Ginkgo Biloba&T=Ginkgo+Biloba
Ginseng	Panax Ginseng Root Extract	É uma erva adaptogênica que fornece um efeito anti-inflamatório e anti-rugas	https://www.Ulprospector.Com/En/La/Personalcare/Detail/18384/1316412/Ginseng-extract?St=1&SI=103321410&Crit=Ugfuyxggr2luc2vuzybsb290iev4dhjhy3q%3d&Ss=2
Guanxuma	Guazuma Ulmifolia Extract	Propriedades adstringentes, cicatrizantes, anti-sépticas, anticaspa e antiqueda.	https://www.Ulprospector.Com/En/La/Personalcare/Detail/33959/748951/Mutamba-glycolic-extract?St=1&SI=103321558&Crit=A2v5d29yzdpbz3vhenvtyv0%3d&Ss=2&K=Guazuma&T=Guazuma
Hamamélis	Hamamelis Virginiana (Witch Hazel) Leaf Extract	Atua como agente calmante e tonificante, adstringente, anti-séptico, anti-caspa, Agente de limpeza e anti-inflamatório.	https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-carrubba-witch-hazel-leaf-extract
Jaborandi	Pilocarpus Pennatifolius Leaf Extract	Agentes Nutritivos Promotores de crescimento do cabelo / agentes antiqueda	https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-carrubba-jaborandi-extract

Lavanda	Lavandula Angustifolia	Fragrância	https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-vevy-hydroessential-lavandula
Limão	Citrus Limon Fruit Extract	Agente antimicrobiano, antioxidante e venotônico , agente antienvhecimento, anti-inflamatórios e anti-stress, proteção térmica,proteção de relaxamento da cor , de base biológica e livre de parabenos	https://www.ulprospector.com/en/la/Personal Care/Detail/2000/33708/Lemon-Secrets?st=1&sl=103549146&crit=Q2l0cnVzIExpbW9uChMZW1vbikgRnJ1aXQgRXh0cmFjdA%3d%3d&ss=2
Louro (Laurus Nobilis)	Laurus Nobilis Leaf Extract	Agente estimulante, calmante, adstringente e anti-inflamatório. Também atua como um anti-séptico	https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-biogrundl-biogrundlbay-laurel-extract
Melaleuca//Tea Tree	Melaleuca Alternifolia	Agente antiviral, antifúngico, antisséptico e cicatrizante. Trata cortes, feridas, infecções de pele	https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-green-angel-green-angel-tea-tree-oil
Mentol	Menthol	Fragrância	https://cosmetics.specialchem.com/product/i-symrise-menthol-rac

Mulateiro	Calycophyllum Spruceanum Bark Extract	Sem resultados nas bases de dados Prospector e SpecialChem.	
Niacinamida (Vitamina B3)	Niacinamide	Anti-inflamatório, hidratante, anti-aging, promove crescimento capilar.	https://cosmetics.specialchem.com/product/ikyowa-chemical-industry-niacinamide
Óleo De Argan	Argania Spinosa Kernel Oil	Ajuda a combater os sinais de envelhecimento da pele, ativando a regeneração celular e restaurando o filme hidrolipídico da pele. Melhora a elasticidade e a firmeza. Protege contra agressões externas, como frio, vento e sol. Contém alto nível de ácido linoléico. Apresenta efeitos calmantes na pele irritada e queimaduras solares superficiais. Aumenta o brilho, repara os cabelos danificados e proporciona maciez.	https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/A-sophim-deodorized-argan-oil
Pantenol (Pró Vitamina B5)	Panthenol	Agente hidratante, anti-inflamatório,	https://cosmetics.specialchem.com/product/i-

		melhora aparência de danos capilares.	samboo-biochem-pant henol
Piroctona Olamina	Piroctone Olamina	Anticaspa, Antibacteriano, Antifúngico	https://www.ulprospector.com/en/la/Personal-Care/Detail/33092/709146/iDRUFF-OCT?st=1&sl=103549356&crit=UGlyb2N0b25lIE9sYW1pbmU%3d&ss=2
Retinol (Vitamina A)	Retinol	Anti-idade	https://www.ulprospector.com/en/la/Personal-Care/Detail/1795/698291/Retinol-C50?st=1&sl=103549426&crit=a2V5d29yZDpbcmlV0aW5vbF0%3d&ss=2&k=retinol&t=retinol
Takanal	Quaternium-51	Sem resultados nas bases de dados Prospector e SpecialChem.	
Aminoácidos Do Trigo	Hydrolyzed Wheat Protein	Agente nutritivo, agente alisante	https://cosmetics.specialchem.com/product/i-specchem-industry-hydrolyzed-wheat-protein

4.5. LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

A partir da pesquisa feita em e-commerces brasileiros, foi realizada uma busca para encontrar ativos que fossem bons candidatos estratégicos para a promoção do crescimento capilar e diminuição da queda capilar. Entre as principais estratégias estão: angiogênese (formação de novos vasos sanguíneos), antagonistas de andrógenos, vasodilatação a partir da abertura do canal de Na^+/K^+ , inibição da enzima que faz a conversão de testosterona em di-hidrotestosterona (5-alfa redutase) e modulação do ciclo capilar (SATISH et al, 2015). Sendo assim, os ativos escolhidos foram: Alecrim, Arginina, Cafeína, Extrato de Hortelã, Louro, Melatonina e Saw Palmetto. O critério de escolha dos ativos foi utilizar uma estratégia de mescla entre ativos frequentemente utilizados e conhecidos no mercado, juntamente com ativos inovadores pouco conhecidos, porém com alta performance.

4.5.1. ALECRIM. INCI Name: *Rosmarinus Officinalis* (Rosemary)

O alecrim é uma planta aromática muito cultivada ao redor do mundo, possui como principais constituintes o ácido cafeico e o ácido rosmarínico (MIRAJ, 2016). Os principais constituintes do seu óleo essencial são: eucaliptol (1-8 cineol), alpha pineno, cânfora e borneol (DESMARAIS, 2018). É utilizado topicamente na terapia capilar para estimular o seu crescimento (PATEL et al 2015). Apresenta inúmeras propriedades terapêuticas, atuando como um excelente ativo anti-inflamatório (em função do ácido rosmarínico, auxiliando na integridade do couro cabeludo), possuindo alto poder antioxidante, potente atividade antimicrobiana (MIRAJ, 2016) e também agindo como agente rubefaciente (ou revulsivo), já que quando aplicado topicamente auxilia na hiperemia local, estimulando o crescimento capilar, deixando o couro cabeludo íntegro e evitando a queda de cabelo (AI-SEREIT et al, 1999).

4.5.2. ARGININA. INCI Name: Arginine

A arginina é um aminoácido que pode ser sintetizado em quantidades suficientes pelo organismo, porém em situações patológicas pode haver uma diminuição da capacidade de síntese (PUGA, 2011), fazendo-se necessária uma suplementação. A L-Arginina é o substrato da enzima Óxido Nítrico Sintetase (NOS), que é a responsável pela produção de Óxido Nítrico (NO) e está envolvido com a regulação da atividade capilar (ENGELS et al, 2017), pois melhora a circulação sanguínea, atuando como agente vasodilatador. Isso contribui para uma melhor penetração folicular, oxigenando mais a região, gerando um maior aporte sanguíneo e de nutrientes para o local e estimulando a produção de novos folículos. Além disso, a arginina também inibe a reação em cadeia que faz com que os fios fiquem mais fracos e atrofiados (BERNARDINO, 2010).

4.5.3. CAFEÍNA. INCI Name: Caffeine

A cafeína pertence ao grupo das xantinas e à família dos Alcalóides. É um psicoestimulante que proporciona atividades que auxiliam pacientes acometidos pela Alopecia Androgenética (AAG), pois apresenta um mecanismo que age contra a miniaturização do folículo, inibindo a fosfodiesterase. Essa enzima diminui os níveis de adenosina 3',5'-monofosfato cíclico (AMPc) nas células, ou seja, quando ela é inibida, aumentam os níveis de AMPc e conseqüentemente o metabolismo celular é estimulado, aumentando a proliferação capilar (BUSSOLETTI et al, 2011). A cafeína, quando aplicada topicamente, possui alguns benefícios como melhor penetração folicular, efeito esfoliante (auxiliando na renovação celular, gerando maior aporte sanguíneo para a região), bem como estimulação e promoção do crescimento capilar. Além disso, estudos apontam que a via folicular é considerada mais rápida (em comparação com a via interfolicular) na disponibilização dos ativos (AMARAL, 2018).

4.5.4. HORTELÃ PIMENTA. INCI Name: Mentha Piperita

O extrato de hortelã pimenta é extraído de uma planta medicinal aromática que possui como principal constituinte o mentol, que é um álcool cíclico. Este constituinte vem sendo muito utilizado em cosméticos juntamente com o limoneno, como intensificadores de penetração. De acordo com um estudo realizado pela Korea Science, foi feita a comparação entre a utilização do óleo de hortelã pimenta e minoxidil, onde foi constatado que ambos tiveram resultados positivos na indução do crescimento capilar (atuando significativamente na fase anágena) e aumento da espessura dos folículos capilares (OH et al, 2014). O extrato de hortelã pimenta possui propriedades antioxidantes, anti-inflamatórias, antimicrobianas e antifúngicas, sendo um excelente ativo contra a caspa (fundamental para a manutenção de um couro cabeludo íntegro). De acordo com KIM (2014), em um estudo publicado na Asian Journal of Beauty & Cosmetology, o extrato de hortelã pimenta possui um efeito de estimulação do crescimento capilar acentuado se associado com o Alecrim, componente que também está presente na proposta de formulação deste estudo.

4.5.5. LOURO. INCI Name: Laurus Nobilis

O louro é uma planta muito utilizada na culinária e na medicina tradicional ao redor do mundo, principalmente nos países Mediterrâneos. A sua composição química varia de acordo com a parte da planta que é utilizada e da região de origem (CHAHAL et al, 2017). O louro encontrado na Turquia possui o 1,8-cineol (eucaliptol) como principal constituinte, apresentando propriedades anti-inflamatórias, antifúngicas, antioxidantes e broncodilatadoras. Também possui atividade rubefaciente (revulsiva), gerando uma hiperemia no local em que for aplicado, já que os capilares serão dilatados e haverá um aumento da circulação local (MORAIS et al, 2010). O óleo essencial do louro possui menor atividade antioxidante, se comparado com o seu extrato, ou seja, é importante saber qual o objetivo terapêutico específico, para depois escolher a melhor forma de utilização da planta (RAMOS et al, 2012).

4.5.6. MELATONINA. INCI Name: Melatonin

Um dos ativos pouco explorados pela indústria de cosméticos capilares, a melatonina foi escolhida a fim de promover inovação ao tônico capilar da linha Láurea. A melatonina é um hormônio sintetizado a partir da serotonina na glândula pineal, possui grande responsabilidade na regulação do ciclo circadiano e em inúmeros processos fisiológicos (FISCHER et al, 2012). Por ela apresentar alta afinidade tanto pela água, como por lipídeos das membranas celulares, ela acaba possuindo uma melhor capacidade de penetração até o interior celular (MEKHLOUFI et al, 2007), auxiliando no processo de neutralização do estresse oxidativo ligado à queda capilar. Além disso, a melatonina tópica também age como moduladora do ciclo capilar, visto que ela realiza o antagonismo da DHT, deslocando esse hormônio do seu receptor (MILANI et al 2014). Estudos apontam que a melatonina tópica (na concentração de 1,0%) tem a capacidade de aumentar a fase anágena do ciclo capilar (de crescimento) e diminuir a fase telógena, quando acontece a morte do folículo e queda (FISCHER et al, 2004). Ademais, a melatonina também possui propriedades antioxidantes e tem um elevado potencial de ativo antiaging (anti-idade) para ser utilizado de forma tópica no couro cabeludo (TRUEB, 2009).

4.5.7. SAW PALMETTO. INCI Name: Serenoa Serrulata

O saw palmetto, assim como a melatonina, é um ativo que não é utilizado na indústria de cosméticos capilares com tanta frequência, podendo ser explorado a fim de gerar inovação ao produto. É uma planta encontrada na costa atlântica da América do Norte, nas Índias Ocidentais e em países do Mediterrâneo. Seu alvo farmacoterapêutico é a inibição da enzima 5α -redutase, que faz a conversão da testosterona em di-hidrotestosterona (DHT). A DHT auxilia na queda capilar, pois ela tem uma interação com os receptores muito mais forte que a testosterona (FERREIRA, 2019). Conforme os níveis de DHT aumentam, há uma diminuição da fase anágena e entrada antecipada na fase catágena, bem como uma alteração da unidade folicular de normal, para uma unidade folicular com um diâmetro menor (miniaturizada) (KALIYADAN et al 2013). O saw palmetto vem sendo estudado como uma alternativa ao tratamento com Finasterida, visto que eles atuam sob a mesma

enzima. A Finasterida possui resultados significativos no tratamento da Alopecia Androgenética (AGG), porém a adesão ao tratamento muitas vezes acaba sendo prejudicada, visto que um dos seus efeitos adversos pode afetar a potência sexual. No entanto, um ponto favorável do saw palmetto é que além de também possuir resultados notáveis no crescimento capilar em pacientes com AGG, ele não apresenta impotência sexual como efeito adverso e, além do mais, possui propriedades afrodisíacas (FERREIRA, 2019).

4.6. DESENVOLVIMENTO DE PROPOSTA DE COMBINAÇÃO DE ATIVOS PARA FORMULAÇÃO DE TÔNICO CAPILAR

Baseado no levantamento bibliográfico sobre crescimento capilar e queda capilar nas bases de dados Google Acadêmico, Science Direct e Pubmed; pesquisa em Revistas Científicas da área e análise dos produtos cosméticos capilares que se encontram em quatro e-commerces brasileiros, foi proposta a formulação que se encontra na Tabela 3. Nesta tabela podemos observar todos os ativos escolhidos para compor a formulação do tônico capilar, bem como sua concentração de uso.

TABELA 3: Ativos selecionados para compor a formulação do tônico capilar.

Ativo	INCI Name	Concentração de Uso
Alecrim	Rosmarinus Officinalis	0,5%
Arginina	Arginine	1,5%
Cafeína	Caffeine	0,005%
Hortelã Pimenta	Mentha Piperita	0,1%
Louro	Laurus Nobilis	0,1%
Melatonina	Melatonin	0.1%
Saw Palmetto	Serenoa Serrulata	0,1%

Essas concentrações foram as escolhidas porque a linha capilar Láurea tem como propósitos essenciais critérios como: segurança e efetividade. Ou seja, as concentrações sugeridas são as concentrações mínimas encontradas na literatura que apresentaram efeito comprovado para o problema a ser solucionado.

5. CONCLUSÕES

O desenvolvimento do presente trabalho possibilitou o desenvolvimento de uma proposta de uma formulação cosmética de um tônico capilar que atendesse aos requisitos dos pilares escolhidos pela linha capilar Láurea. Também foi possível a realização da análise das principais tendências do mercado da beleza na atualidade (*slow beauty*, *green beauty* e *clean beauty*), chegando à conclusão de que é possível aliar os três pilares escolhidos: alta performance, sustentabilidade e personalização dos cuidados capilares e necessidades individuais. Inclusive há muitos produtos no e-commerce brasileiro que se enquadram nesses conceitos apresentados. Foi possível perceber também que o mercado cosmético, especificamente o mercado de cosméticos capilares, vêm crescendo muito e que a projeção e perspectiva é que siga em ascensão.

Além disso, ao analisar produtos capilares veganos, sem parabenos, sulfatos ou substâncias que fizessem mal para o meio ambiente ou para o consumidor, foi possível constatar que o mercado atende muito bem a demanda do consumidor por produtos que possuam alta performance, que cumpram os claims que prometem e, mesmo assim, felizmente, conseguem gerar o menor impacto possível para o meio ambiente (muitos deles possuem selos e são eco certificados, ou seja, toda a cadeia de produção deve ser avaliada e com possibilidade de rastreamento, garantindo que tudo esteja dentro do padrão do selo, desde a extração dos ativos, até o momento em que o produto chega na casa do consumidor).

No entanto, percebe-se que não há muita inovação nos produtos já presentes no mercado. Sendo assim, novos estudos envolvendo ativos capilares poderiam ser realizados para que os formuladores tenham um maior respaldo técnico-científico na hora de escolher seus ativos para suas formulações e para que novos ativos possam ser explorados e utilizados. Principalmente ativos que são conhecidos popularmente, mas que não possuem trabalhos científicos (ou que o acesso a estes documentos acaba não sendo facilitado) para garantir um maior embasamento, como é o caso de ativos utilizados na filosofia Ayurveda, por exemplo, já que existem muitos resultados sobre ativos utilizados por eles na internet, mas poucos resultados encontrados em bases de dados científicas. Por fim, sugiro o incentivo relacionado a novos estudos com novos ativos aos pesquisadores, para que esse

mercado siga crescendo, com mais qualidade para os produtos e mais resultados para os consumidores.

REFERÊNCIAS:

ABRAHAM, Spagnol.; MOREIRA, Andreia; HANAUER, Larissa; REIS, Maria Fernanda. Tratamentos estéticos e cuidados dos cabelos: uma visão médica (parte 1) **Surgical & Cosmetic Dermatology - Sociedade Brasileira de Dermatologia**, vol. 1, núm. 3, (2009), pp. 130-136.

AI-SEREITI', M. R.; ABU-AMERB, K., M.; SENA, P. Pharmacology of rosemary (*Rosmarinus officinalis* Linn.) and its therapeutic potentials. **Indian Journal of Experimental Biology** Vol. 37, p. 124-130, 1999. Disponível em: [http://nopr.niscair.res.in/bitstream/123456789/18973/1/IJEB%2037\(2\)%20124-130.pdf](http://nopr.niscair.res.in/bitstream/123456789/18973/1/IJEB%2037(2)%20124-130.pdf). Acesso em: 11/04/2021.

AMARAL, A. S. Estudo De Pré-formulação De Shampoo Para Tratamento Da Alopecia Androgenética Contendo Cafeína Como Ativo. **Revista Psicologia e Saúde do Debate**, v. 4 n.1 (2018). Disponível em: <http://psicodebate.dpgpsifpm.com.br/index.php/periodico/article/view/198>. Acesso em: 13/04/2021.

ANGUS, A.; WESTBROOK, G.; **10 Principais Tendências Globais De Consumo 2021**. EUROMONITOR INTERNATIONAL, 2021. (Disponível em: https://go.euromonitor.com/rs/805-KOK-719/images/wpGCT21PG-v0.3.pdf?mkt_tok=ODA1LUtPSy03MTkAAAF8Qp9EUjpkCbjgsasXqHZX_Fz85cihydXyaWjdl8ffyjdpJnsapSsPUQUVv4y2maPdE6P-q1J1WAb8Z-TTp8Wd15KVP7hoNTpInxhRT__JAuuQel8. Acesso em: 04/04/2021)

BERNARDINO, Maira Jardim; SOUZA, Valéria Maria de. A Farmacologia do Suplemento. São Paulo: **Pharmabooks**, xxii, p. 283, 2010.

BUSSOLETTI, C., MASTROPIETRO, F., TOLAINI, M., CELLENO, L. Use of a Cosmetic Caffeine Lotion in the Treatment of Male Androgenetic Alopecia. **J. Appl. Cosmetol.** 29, 167-180 (2011). Disponível em: <http://www.iscd.it/files/Use-of-a-Cosmetic-Caffeine-Lotion-in-the-Treatment-of-Male-Androgenetic-Alopecia.pdf>. Acesso em: 11/04/2021.

CHAHAL, K. K.; KAUR, M.; BHARDWAJ, U., SINGLA, N.; KAUR, A. A review on chemistry and biological activities of *Laurus nobilis* L. essential oil. **Journal of Pharmacognosy and Phytochemistry** 6(4): 1153-1161, 2017. Disponível em: <https://www.phytojournal.com/archives/2017/vol6issue4/PartQ/6-4-18-817.pdf>. Acesso em: 14/04/2021.

COSMETIC INNOVATION (2020). **Hair Care de Alta Performance: inovação e eficácia, mas sem perder o apelo sustentável.** Disponível em: <https://cosmeticinnovation.com.br/hair-care-de-alta-performance-inovacao-e-eficacia-mas-sem-perder-o-apelo-sustentavel/>. Acesso em 04/04/2021.

Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD), 2017. **Conheça os cabelos.** Disponível em: <https://www.sbd.org.br/dermatologia/cabelo/cuidados/conheca-os-cabelos/>. Acesso em: 10/04/2021.

DESMARAIS, G. **Desenvolvimento De Formulações Cosméticas Nanoestruturadas Contendo O Óleo Essencial De Rosmarinus Officinalis L. E Avaliação Do Efeito Na Fibra Capilar Antes E Após Exposição À Radiação UV.** Universidade Federal Fluminense, 2018. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/8651/1/DESMARAIS%2c%20Glauce%20Cardoso.pdf>. Acesso em: 10/04/2021.

DIALMA, R. Os perigos do excesso de trabalho. **Revista VC S/A** edição online (2020). Disponível em: <https://vocesa.abril.com.br/carreira/os-perigos-do-excesso-de-trabalho/> Acesso em: 20/04/2021

ECOCERT. **Referencial Cosmos para Cosméticos Naturais e Orgânicos.** Ecocert. On-line. Disponível em: <http://www.brazil.ecocert.com/referencial-cosmos-para-cosmeticos-naturais-e-organicos/index.html>. Acesso em: 15/3/2019

ENGELS, P.; VOSS, W. Impact of L-arginine on androgenetic alopecia: Current clinical data evaluation. **Dermatest Research Institute**, 2017. Disponível em: <http://www.my-dok.de/downloads/MyDok-Alopecia-Paper-2017.pdf>. Acesso em: 11/04/2021.

ERMOLAEVA, Y. NEW GLOBAL SUSTAINABLE CONSUMPTION TENDENCIES. **The IIOAB Journal** | Vol. 10 | S3 | 42-45, 2019. Acesso em: 08/04/2021. Disponível em: https://www.iioab.org/IIOABJ_10.S3_42-45.pdf.

FCE COSMETIQUE 2018. **The Broadening Meaning of Green Beauty**. EUROMONITOR INTERNATIONAL, 2018. (Disponível em: https://cosmeticinnovation.com.br/wp-content/uploads/2018/05/FCE_Cosmetique_Report_-_The_Broadening_Meaning_of_Green_Beauty.pdf. Acesso em: 04/04/2021).

FERNANDES, D., M., F.. **Cosmética capilar: estratégias de veiculação de ingredientes ativos**. Universidade Fernando Pessoa Faculdade de Ciências da Saúde. (2013) Disponível em: https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/3981/1/Cosmeticos_capilares_Dulce_Fernandes.pdf Acesso em: 19/04/2021

FERREIRA, A. R. M. **Plantas e Produtos Vegetais no tratamento da Alopecia**. Universidade de Lisboa (2019). Disponível em: https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/43470/2/MICF_Ana_Rita_Marques_Ferreira.pdf. Acesso em: 16/04/2021.

FISCHER T. W.; BURMEISTER G.; SCHMIDT H. W.;; ELSNER P. Melatonin increases anagen hair rate in women with androgenetic alopecia or diffuse alopecia: results of a pilot randomized controlled trial. **Br J Dermatol**;150(2):341-5, 2004. doi: 10.1111/j.1365-2133.2004.05685.x. PMID: 14996107.

FISCHER, T. W.; TRÜEB, R. M.; HÄNGGI, G.; INNOCENTI, M.; ELSNER,P. Topical Melatonin for Treatment of Androgenetic Alopecia, **International Journal of Trichology/** Vol-4/ p.236, 2012. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3681103/#:~:text=Based%20on%20th>

e%20positive%20effects,an%20adjuvant%20treatment%20for%20AGA. Acesso em: 15/04/2021

FLOR, Juliana; MAZIN, Mariana; FERREIRA, Lara. Cosméticos Naturais, Orgânicos e Veganos. **Cosmetics & Toiletries** (Brasil). Vol. 31, mai-jun 2019. (Disponível em: https://www.cosmeticsonline.com.br/ct/painel/class/artigos/uploads/f1fdc-CT313_32-38.pdf. Acesso em: 12/04/2021)

FRANQUILINO, E. Menos é mais: em consonância com o anseio por saúde e proteção, a beleza limpa ganha ainda mais relevância no mercado, com produtos que entregam segurança e alto desempenho. **Revista de Negócios da Indústria da Beleza**. n. 61, p. 6.; abril 2021. (Disponível em: https://www.cosmeticsonline.com.br/2011/revista_digital/tematica/2021-04/?utm_term=Edicao+Tematica+Digital+-+abril+de+2021&utm_campaign=Assinantes+da+Versao+Digital+da+revista+Cosmetics+%26+Toiletries+Brasil&utm_source=e-goi&utm_medium=email. Acesso em: 12/04/2021)

GREER, M. **Clean Beauty não é Green Beauty. Então o que é?** COSMETIC INNOVATION, 2020. Disponível em: <https://cosmeticinnovation.com.br/beleza-limpa-nao-e-beleza-verde-entao-o-que-e/>. Acesso em: 04/04/2021.

KALIYADAN, F.; NAMBIAR, A.; VIJAYARAGHAVAN, S. Androgenetic alopecia: an update. **Indian Journal Dermatol Venereol Leprol**. Sep-Oct;79(5): 613-25, (2013). doi: 10.4103/0378-6323.116730. PMID: 23974579

KIM, K. Research Trends Relevant with Hair Growth Promotion and Scalp Condition Improvement by Applying Natural Extracts. **Asian Journal of Beauty & Cosmetology**; Volume 12(1); 2014. Disponível em: <http://e-ajbc.org/journal/view.php?number=690>. Acesso em: 14/04/2021.

MEKHLOUFI, J.; VITRAC, H.; DURIEZ, P.; GARDÈS-ALBERT, M. Quantification of the water/lipid affinity of melatonin and a pinoline derivative in lipid models. **Journal of Pineal Research** Volume 42, Issue 4 p. 330-337 (2007). Disponível em:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1600-079X.2007.00423.x>. Acesso em: 16/04/2021

MENDONÇA, E. **Slow Beauty: consumo consciente do campo ao oceano**. *Cosmetic Innovation*, 2019. Disponível em: <https://cosmeticinnovation.com.br/slow-beauty-consumo-consciente-do-campo-ao-oceano/>. Acesso em: 04/04/2021.

MILANI M.; FISCHER T. W.; Melatonin and hair physiology: reasons and clinical efficacy data as a topical treatment of androgenic alopecia. **Medicina Cutanea Ibero-Latino-Americana**; 42 (1-3): 30-36, (2014). Disponível em: https://www.medigraphic.com/pdfs/cutanea/mc-2014/mc141_3e.pdf Acesso em: 15/04/2021

MIRAJ, S. An Evidence-Based Review on Herbal Remedies of Rosmarinus officinalis. **Scholars Research Library Der Pharmacia Lettre**, 8 (19):426-436, 2016. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/143840598.pdf>. Acesso em: 10/04/2021

MORAIS, L.A.S; GONÇALVES, G.G.; CASTANHA, R.F.; SCRAMIN,S. **Caracterização fitoquímica de óleos essenciais de louro proveniente de material nacional e importado**. *Horticultura Brasileira* 28:124-S1228, 2010 Disponível em: http://www.abhorticultura.com.br/EventosX/Trabalhos/EV_4/A3050_T5110_Comp.pdf . Acesso em: 15/04/2021.

OH, J. Y., Peppermint Oil Promotes Hair Growth without Toxic Signs. **Toxicological Research**, 30(4): 297–304, 2014 Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4289931/>. Acesso em: 15/04/2021.

PALEFSKY, I. Formulando a “Beleza Limpa”. **Cosmetics & Toiletries (Brasil)**. Vol. 32, p. 12D, 2020. Disponível em: <https://www.cosmeticsonline.com.br/ct/painel/class/artigos/uploads/6cac8-12D-14D-F>

ormulando-a-%E2%80%9CBeleza-Limpa%E2%80%9D.pdf. Acesso em: 10/04/2021).

PATEL, S., SHARMA, V., CHAUHAN, N., THAKUR, M., & DIXIT, V. K.. Hair Growth: Focus on Herbal Therapeutic Agent. **Current Drug Discovery Technologies**, 12(1), 21–42, 2015 doi:10.2174/1570163812666150610115055. Disponível em: <https://sci-hub.do/10.2174/1570163812666150610115055>. Acesso em: 10/04/2021.

PINTO-ALMEIDA, T., Machado, S., & Selores, M. Trichoscopy – Trichoscopic Structures And Feasibility In The Hair And Scalp Disorders. **Journal of the Portuguese Society of Dermatology and Venereology**, 71(4), 455-464, 2013. <https://doi.org/10.29021/spdv.71.4.206>.

PROSPECTOR, Ácido Salicílico. **Prospector**. Disponível em: <https://www.Ulprospector.Com/Pt/La/Personalcare/Detail/5618/527084/Salicylic-acid?St=1&SI=103297310&Crit=U2fsawn5bgljiefjawqgpibbz2vudgvziefudgktq2fzcgce%3d&Ss=2>. Acesso em: 19/04/2021

PROSPECTOR, Alecrim. **Prospector**. Disponível em: <https://www.Ulprospector.Com/Pt/La/Personalcare/Detail/28521/601302/Bioextract-alecrim-hg?St=1&SI=103297420&Crit=A2v5d29yzdpbywxly3jpbv0%3d&Ss=2&K=Alecrim&T=Alecrim> Acesso em: 19/04/2021

PROSPECTOR, Bétula. **Prospector**. Disponível em: <https://www.Ulprospector.Com/Pt/La/Personalcare/Detail/31261/645671/Betula-alba-leaf-extract?St=1&SI=103297658&Crit=A2v5d29yzdpbqsojvfmqv0%3d&Ss=2&K=B%3C%89tula&T=B%3C%89tula> **Prospector**. Disponível em: Acesso em: 19/04/2021

PROSPECTOR, Biotina. **Prospector**. Disponível em: <https://www.Ulprospector.Com/Pt/La/Personalcare/Detail/34151/750886/Biotin?St=1&SI=103297715&Crit=A2v5d29yzdpbqklpveloxq%3d%3d&Ss=2&K=Biotin&T=Biotin> Disponível em: Acesso em: 19/04/2021.

PROSPECTOR, Extrato De Coneflower Purpureaechinacea. **Prospector.** Disponível em:

<https://www.ulprospector.com/en/la/personalcare/detail/31163/643556/Echinacea-purpurea-herbasec?St=1&SI=103320330&Crit=A2v5d29yzdpbuhvychvyzwegrwnoaw5hy2vhxq%3d%3d&Ss=2&K=Purpurea|Echinacea&T=Purpurea+Echinacea>.

Disponível em: Acesso em: 19/04/2021.

PROSPECTOR, Extrato Fallopia Japonica. **Prospector.** Disponível em:

<https://www.ulprospector.com/en/la/personalcare/detail/33962/195240/Resve?St=1&SI=103320402&Crit=A2v5d29yzdpbzmfbsg9wawegamfw25py2fd&Ss=2&K=Fallopia|Japonica&T=Fallopia+Japonica> Disponível em: Acesso em: 19/04/2021.

PROSPECTOR, Extrato de Hortelã. **Prospector.** Disponível em:

<https://www.ulprospector.com/en/la/personalcare/detail/33959/748959/Peppermint-glycolic-extract-hg?St=1&SI=103320611&Crit=A2v5d29yzdpbtwvudghhifbpcgvaxrhiev4dhjhy3rd&Ss=2&K=Mentha|Piperita|Extract&T=Mentha+Piperita+Extract>

Disponível em: Acesso em: 19/04/2021.

PROSPECTOR, Extrato de Pisum Sativum. **Prospector.** Disponível em:

<https://www.ulprospector.com/en/la/personalcare/detail/4990/599698/Heliostatine-isr?St=1&SI=103320972&Crit=Uglzdw0gu2f0axz1bsaougvhksbfehrywn0&Ss=2>

Acesso em: 19/04/2021.

PROSPECTOR, Extrato de Tangerina. **Prospector.** Disponível em:

<https://www.ulprospector.com/en/la/personalcare/detail/2163/2803003/Tego-natural-citrus?St=1&SI=103321059&Crit=Q2l0cnvzifjldgljdwxdhgegkfrhbmdlcmluzskgugvlbcbfehrywn0&Ss=2> Acesso em: 19/04/2021.

PROSPECTOR, Gerânio. **Prospector.** Disponível em:

<https://www.ulprospector.com/en/la/personalcare/search?Incival=Geranium+Robertianum+Extract&Sug=1&St=1> Acesso em: 19/04/2021.

PROSPECTOR, GHK. **Prospector.** Disponível em:

<https://www.ulprospector.com/en/la/personalcare/detail/34151/750913/Ghk-cu?St>

[=1&SI=103321214&Crit=A2v5d29yzdpbr0hlxq%3d%3d&Ss=2&K=Ghk&T=Ghk](#)

Acesso em: 19/04/2021.

PROSPECTOR, Ginko Biloba. **Prospector.** Disponível em:

<https://www.Ulprospector.Com/En/La/Personalcare/Detail/31055/645647/Ginkgo-biloba?St=1&SI=103321345&Crit=A2v5d29yzdpbr2lua2dviejpbq9iyv0%3d&Ss=2&K=Ginkgo|Biloba&T=Ginkgo+Biloba> Acesso em: 19/04/2021.

PROSPECTOR, Ginseng. **Prospector.** Disponível em:

<https://www.Ulprospector.Com/En/La/Personalcare/Detail/18384/1316412/Ginseng-extract?St=1&SI=103321410&Crit=Ugfuyxggr2luc2vuzysb290iev4dhjhy3q%3d&Ss=2> Acesso em: 19/04/2021.

PROSPECTOR, Guanxuma. **Prospector.** Disponível em:

<https://www.Ulprospector.Com/En/La/Personalcare/Detail/33959/748951/Mutamba-glycolic-extract?St=1&SI=103321558&Crit=A2v5d29yzdpbz3vhenvtyv0%3d&Ss=2&K=Guazuma&T=Guazuma> Acesso em: 19/04/2021.

PROSPECTOR, Limão. **Prospector.** Disponível em:

<https://www.ulprospector.com/en/la/PersonalCare/Detail/2000/33708/Lemon-Secrets?st=1&sl=103549146&crit=Q2l0cnVzIExpbW9ulChMZW1vbikgRnJ1aXQgRXh0cmFjdA%3d%3d&ss=2> Acesso em: 19/04/2021.

PROSPECTOR, Piroctona Olamina. **Prospector.** Disponível em:

<https://www.ulprospector.com/en/la/PersonalCare/Detail/33092/709146/iDRUFF-OCT?st=1&sl=103549356&crit=UGlyb2N0b25lIE9sYW1pbmU%3d&ss=2> Acesso em: 19/04/2021.

PROSPECTOR, Retinol. **Prospector.** Disponível em:

<https://www.ulprospector.com/en/la/PersonalCare/Detail/1795/698291/Retinol-C50?st=1&sl=103549426&crit=a2V5d29yZDpbcMV0aW5vbF0%3d&ss=2&k=retinol&t=retinol> Acesso em: 19/04/2021.

PUGA, Guilherme Morais; NOVAIS, Iane de Paiva; ZANESCO, Angelina. Efeitos Terapêuticos da Suplementação de L-Arginina nas Doenças Cardiovasculares e Endócrino-Metabólicas. **Arq Med**, Porto, v. 25, n. 3, p. 107-114, jun. 2011. Disponível em http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0871-34132011000300004&lng=pt&nrm=iso . Acesso em: 18/04/2021

RAMOS, C., TEIXEIRA, B., BATISTA, I., MATOS, O., SERRANO, C., NENG, N. R.; MARQUES, A. Antioxidant and antibacterial activity of essential oil and extracts of bay laurel *Laurus nobilis* Linnaeus (Lauraceae) from Portugal. **Natural Product Research**, 26(6), 518–529, 2012. doi:10.1080/14786419.2010.531478

SATISH, P.; SHARMA, V.; CHAUHAN, N. Hair Growth: Focus on Herbal Therapeutic Agent. **Current Drug Discovery Technologies**, 12, 21-42 (2015). Disponível em: <https://sci-hub.do/10.2174/1570163812666150610115055>. Acesso em: 18/04/2021.

SIQUEIRA, André. **Persona: como e por que criar uma para sua empresa**. 2013. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/persona-o-que-e> Acessado em 04/04/2021.

Sociedade Vegetariana Brasileira **(SVB)**. 2018. (Disponível em: <https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/mercado-vegetariano> Acesso em: 04/04/2021)

SOUZA, J.F.V.: UMA ABORDAGEM CRÍTICA SOBRE O GREENWASHING NA ATUALIDADE. **Rev. de Direito Ambiental e Socioambientalismo** | e-ISSN: 2525-9628 | Maranhão | v. 3 | n. 2 | p. 148 – 172 | Jul/Dez. 2017. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/Socioambientalismo/article/view/3765/pdf>. Acesso em 04/04/2021.

SPECIALCHEM, Aloe Vera. **Prospector**. Disponível em: [https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/I-provital-aloe-vera-gel-m-s?Incinfo={6651decf-743d-4c1d-9e3f-959744529628}](https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/I-provital-aloe-vera-gel-m-s?Incinfo={6651decf-743d-4c1d-9e3f-959744529628) Acesso em: 19/04/2021.

SPECIALCHEM Arginina,. **Prospector.** Disponível em:
<https://cosmetics.specialchem.com/product/i-ajinomoto-l-arginine-c> Acesso em:
19/04/2021.

SPECIALCHEM Cafeína. **Prospector.** Disponível em:
<https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-merck-kгаа-darmstadt-germany-rona-care-caffeine> Acesso em: 19/04/2021.

SPECIALCHEM Carnitina. **Prospector.** Disponível em:
<https://cosmetics.specialchem.com/product/i-artec-chemical-artec-chemical-carnitine>
Acesso em: 19/04/2021.

SPECIALCHEM Cúrcuma Orânica. **Prospector.** Disponível em:
<https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-amsar-turmeric> Acesso em:
19/04/2021.

SPECIALCHEM Extrato de Amla. **Prospector.** Disponível em:
<https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-provital-kerascalp> Acesso em:
19/04/2021.

SPECIALCHEM Extrato de Cavalinha. **Prospector.** Disponível em:
<https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-sk-bioland-horsetail-extract> Acesso
em: 19/04/2021.

SPECIALCHEM Extrato de Levedura. **Prospector.** Disponível em:
<https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-silab-actiflow> Acesso em:
19/04/2021.

SPECIALCHEM Hamamélis. **Prospector.** Disponível em:
<https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/l-carrubba-witch-hazel-leaf-extract>
Acesso em: 19/04/2021.

SPECIALCHEM Jaborandi. **Prospector.** Disponível em:
<https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/I-carrubba-jaborandi-extract> Acesso
em: 19/04/2021.

SPECIALCHEM Lavanda. **Prospector.** Disponível
em:<https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/I-vevy-hydroessential-lavandula>
Acesso em: 19/04/2021.

SPECIALCHEM Louro. **Prospector.** Disponível em:
<https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/I-biogrundl-biogrundl-bay-laurel-extract>
Acesso em: 19/04/2021.

SPECIALCHEM Melaleuca. **Prospector.** Disponível
em:<https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/I-green-angel-green-angel-tea-tree-oil> Acesso em: 19/04/2021.

SPECIALCHEM Mentol. **Prospector.** Disponível em:
<https://cosmetics.specialchem.com/product/i-symrise-menthol-rac> Acesso em:
19/04/2021.

SPECIALCHEM Niacinamida. **Prospector.** Disponível em:
<https://cosmetics.specialchem.com/product/i-kyowa-chemical-industry-niacinamide>
Acesso em: 19/04/2021.

SPECIALCHEM Óleo de Argan. **Prospector.** Disponível em:
<https://Cosmetics.Specialchem.Com/Product/A-sophim-deodorized-argan-oil> Acesso
em: 19/04/2021.

SPECIALCHEM Pantenol. **Prospector.** Disponível em:
<https://cosmetics.specialchem.com/product/i-samboo-biochem-panthenol> Acesso
em: 19/04/2021.

SPECIALCHEM Aminoácidos do Trigo. **Prospector**. Disponível em: <https://cosmetics.specialchem.com/product/i-specchem-industry-hydrolyzed-wheat-protein> Acesso em: 19/04/2021.

SVB. 2020. **Selo Vegano**. On-line. Disponível em: <https://www.selovegano.com.br/>. Acesso em: 05/04/2021

The Nielsen Company (US). **THE FUTURE OF BEAUTY**. NIELSEN 2018, Disponível em: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/the-future-of-beauty-report.pdf>. Acesso em: 12/04/2021

TRUEB, R. M. Oxidative Stress in Ageing of Hair. International **Journal of Trichology** (2009). doi: 10.4103/0974-7753.51923. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2929555/>. Acesso em: 16/04/2021.

TURCHI, Sandra. **Persona da Marca: parte importante da Estratégia nas Mídias sociais**. 2013. Disponível em: <http://sandraturchi.com.br/persona-da-marca-parte-importante-da-estrategia-nas-midi-as-sociais/> acessado em 04/04/2021.

WEBER, M. Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. **Revista Forbes** (Edição Online, 07/2020). Disponível em: <https://forbes.com.br/principal/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>. Acesso em: 03/04/2021.