

INOVAÇÃO E POTENCIAL DE MERCADO DE COSMÉTICOS NATURAIS

III Encontro de Empreendedorismo e Inovação

Leticia Evangelista Tome da Silva, Laila Ximenes Coelho, Gabriely Nascimento de Oliveira,
Danilo de Menezes Daloso

Produtos na forma de cremes e loções são amplamente usados em nossa sociedade para fins de estética, prevenção e tratamentos clínicos. No entanto, alguns ingredientes de origem fóssil em formulações oferecem risco ao meio ambiente, devido ao seu processo de obtenção e uso irrestritos. Neste sentido, este trabalho tem como objetivo apresentar as problemáticas e as soluções encontradas pela startup Nós de Pele para mudar a forma de produzir e consumir cosméticos naturais. Para entender os problemas do mercado de cosméticos naturais, foram estudadas algumas marcas e levantadas hipóteses sobre problemas com a sustentabilidade, a transparência em relação à produção e o tratamento pós compra com os clientes. Um total de 80 entrevistas foram realizadas para avaliar tais hipóteses. O maior público-alvo foram mulheres entre 18 e 29 anos que têm uma rotina de cuidados com a pele. Todas as entrevistadas relatam que sentem falta de mais informações sobre os produtos que compram, se são de origem vegetal, animal ou fóssil e 90% disseram preferir empresas que têm a sustentabilidade de embalagens como prioridade. Ao pensar em uma solução que fosse inovadora, foram testados alguns protótipos e o escolhido para ser o mvp da Nós de Pele foi um sérum de pérolas tendo como princípio ativo o extrato de mandacaru, poderoso antioxidante e anti-inflamatório. O formato possibilita que o conteúdo da pérola fique mais estável e entre em contato com o ambiente externo apenas quando for usado, reduzindo a necessidade de excesso de agente estabilizante na formulação. Além disso, pretende-se criar um sistema de logística reversa de embalagens e um QR Code que levará o consumidor a uma página com informações completas sobre a produção, origem e modo de uso do cosmético, além do conteúdo na embalagem. O modelo de negócios é B2C, com possibilidade de B2B (vendas para clínicas de estética) e a comercialização seria feita por e-commerce.

Palavras-chave: Cosméticos naturais. Sustentabilidade. Inovação.