Revista de Negócios da Indústria da Beleza

ISSN 1980-9832

edição **Temática** digital

Março 2020
Nº 48 - Ano 15

PRODUTOS SKIN CARE

TECNOPRESS

Mercado aquecido

Números, inovações e tendências em produtos para cuidado facial

edição Temática digital
Revista de Negócios da Indústria da Beleza

ISSN 1980-9832

Nº 48 - Ano 15 • Março 2020

PRODUTOS SKIN CARE

3 Carta ao Leitor
4 Mercado aquecido
5 Cuidados essenciais
7 Produtos que unem tecnologia e saúde
9 Da busca pela perfeição ao equilíbrio zen
10 Novos sensoriais e texturas

Foto: © Ake / Rawpixel

TECNOPRESS

Diretores
Edésia de Andrade Gaião
Hamilton dos Santos

edição Temática digital

Publisher: Hamilton dos Santos
Editora-executiva e redatora: Erica Franquilino
Revisão: Lila de Oliveira

Projeto Gráfico e Edição de Arte: Claudia Carvalho
(StudioC Design e Conteúdo)

Diretora Comercial: Edésia de Andrade Gaião
Gerente de Contas: Antônio R. Farias
Representante: Allured Media Business (Estados Unidos)
Circulação/Assinaturas: Daniela Pereira de Souza
Depto. Financeiro: Cecília Sodré

Edição Temática Digital é uma revista on-line, editada 12 vezes por ano, de acesso gratuito, disponível no portal www.cosmeticsonline.com.br

É uma publicação da **Tecnopress Editora Ltda.** dirigida às áreas de marketing, desenvolvimento de produtos e embalagens, e divulgada entre fabricantes de cosméticos, farmácias de manipulação, universidades, órgãos de governo, associações e entidades de classe.

Redação, Publicidade e Administração:
Rua Álvaro de Menezes 74 - 04007-020 São Paulo SP
Telefone (11) 3884-8756 - Fax (11) 3887-8271
e-mail: tecnopress@tecnopress-editora.com.br
www.tecnopress-editora.com.br

Edição Temática Digital não se responsabiliza por opiniões, informações e conceitos emitidos em matérias assinadas, as quais são de exclusiva responsabilidade de seus autores.

© Copyright 2020, Tecnopress Editora Ltda.
Todos os direitos reservados

Associada à: anatec www.anatec.org.br

Outros Produtos Tecnopress: *Cosmetics & Toiletries (Brasil),* dirigida ao setor de Cosméticos*; Seminário de Atualização em Cosmetologia,* apresenta as recentes novidades em insumos para a indústria, com edições em São Paulo SP, Belo Horizonte MG, Goiânia GO, Nova Iguaçu RJ, Recife PE, Salvador BA, Ribeirão Preto SP, Fortaleza CE, Curitiba PR, Vitória ES, Novo Hamburgo RS e Balneário Camboriú SC; *Cosmetics Online,* portal em português com notícias e informações.

Tecnologia e saúde

Apesar de ser um dos maiores mercados globais em cosméticos, o Brasil ainda tem um grande espaço para avançar em skin care. No país, que ocupa a 8ª posição no consumo da categoria no mundo, cresce a procura por informação e produtos que atendam às demandas dos brasileiros em cuidado facial.

As buscas no Google por skin care cresceram 22% no Brasil entre 2017 e 2018. O serviço de buscas divulgou, em dezembro do ano passado, a lista dos termos mais pesquisados pelos brasileiros em 2019. Considerando apenas skin care, os trend topics foram: limpeza de pele, água micelar, argila verde, protetor solar, clareador (de manchas) de pele, peeling, adstringente, fixador de maquiagem, ácido retinoico e peeling de diamante.

Segundo estimativa da Euromonitor International, as vendas de cosméticos para a face deverão crescer 16,4% no país até 2023 (em relação a 2018). Novas experiências sensoriais, personalização e conceitos que evoquem relaxamento e energização são algumas das tendências no segmento.

Esta *Edição Temática: Produtos para Skin Care* traz dados de mercado; os cuidados essenciais para a manutenção da saúde da pele; as novidades e inovações da indústria; conceitos e tendências; além de destaques em matérias-primas para a categoria.

Erica Franquilino
Editora-executiva

Arte: Claudia Carvalho
Foto: © Ovcharenko / Shutterstock

MERCADO AQUECIDO

Customização, minimalismo e ingredientes clássicos são tendências fortes em skin care. Saiba mais sobre números, inovações e matérias-primas para a categoria

por ERICA FRANQUILINO

Foto: © Svetlana Fedoseeva / Fotolia

Uma pesquisa recente realizada pelo Ibope Conecta, em parceria com a Avon, mostra que 83% das mulheres entrevistadas cuidam da pele motivadas por puro prazer. A pausa para o cuidado facial também remete a equilíbrio, naturalidade, bem-estar, proteção... Para atender a essas necessidades, a indústria apresenta soluções inovadoras, em um mercado cujas vendas deverão crescer 16,4% até 2023 (em relação a 2018), segundo estimativa da Euromonitor International.

Apesar de ser um dos maiores mercados globais de beleza e higiene pessoal, o Brasil ainda tem um grande espaço para crescimento em skin care. O país ocupa a 8ª posição no consumo de produtos da categoria no mundo. De acordo com dados da Euromonitor referentes a 2018, as três marcas mais vendidas no país em produtos para a face são: Avon (com uma fatia de 18,2% nas vendas), L'Oréal (17,1%) e Natura (10,1%).

A provedora de pesquisa de mercado informa que o levantamento classifica como skin care as linhas para tratamento da acne, hidratantes faciais, cosméticos antienvelhecimento, de limpeza facial, toners, máscaras faciais e produtos para o cuidado dos lábios.

As buscas no Google por skin care cresceram 22% no Brasil entre 2017 e 2018. O serviço de buscas divulgou, em dezembro do ano passado, a lista dos termos mais pesquisados pelos brasileiros em 2019.

Considerando apenas skin care, os trend topics foram, nessa ordem: limpeza de pele, água micelar, argila verde, protetor solar, clareador (de manchas) de pele, peeling, adstringente, fixador de maquiagem, ácido retinoico e peeling de diamante.

Uma pesquisa global da Foreo, marca sueca de tecnologia voltada à beleza, também indica que os brasileiros estão mais preocupados em relação aos cuidados com a pele. O estudo aponta que a região da Australásia (que engloba Austrália e Ásia) está no topo do ranking de gastos na categoria de skin care, seguida por América do Norte e Sudoeste Asiático. Na região da Australásia, quase 60% dos entrevistados gastam mais de US$ 50 por mês em produtos para a face, e 48% deles desembolsam mais de US$ 100 por mês.

Na América do Norte, 57% dos respondentes gastam mais de US$ 50 por mês. Entrevistados do Sudeste Asiático e do Oriente Médio têm gastos mensais superiores aos dos europeus, apesar de terem declarado receber salários em média 75% menores.

A América do Sul e a América Central fazem esforços maiores para investir em cuidado facial, considerando salários médios *versus* gastos. Nessa relação, o Brasil – apesar de registrar um dos salários mais baixos do mundo – é destaque. Segundo o levantamento, 14% dos entrevistados brasileiros investem 12% de seu salário anual em skin care ao longo do ano.

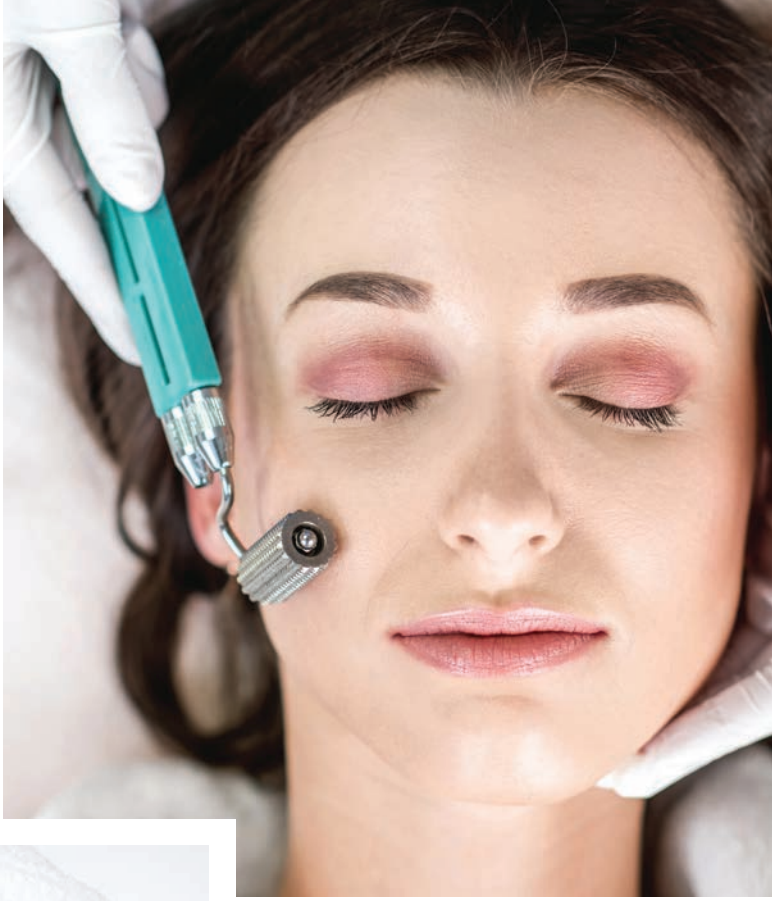
Foto: © Blackday / Shutterstock

Cuidados essenciais

Com textura aveludada e gordura natural na quantidade adequada, a pele normal é a menos frequente entre os tipos de pele. Ela tem poros pequenos e pouco visíveis e pouca propensão ao desenvolvimento de espinhas e manchas.

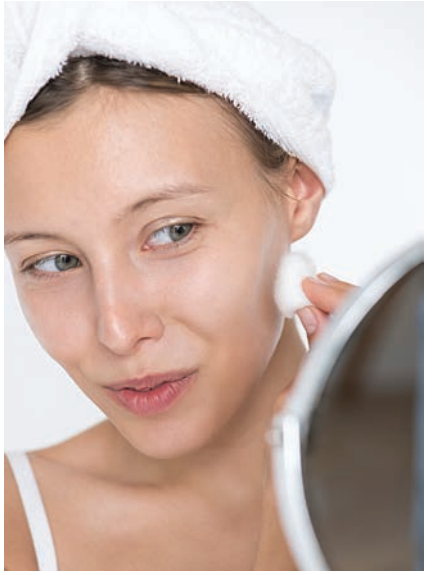
A pele seca tem como características a perda excessiva de água, pouca luminosidade e poros pouco visíveis. Esse tipo é mais propenso a problemas como descamação e vermelhidão, além de ter maior tendência ao aparecimento de pequenas rugas e fissuras. A pele seca pode ser resultado de fatores genéticos e hormonais, bem como ambientais – são exemplos a exposição ao frio, ao vento e à radiação ultravioleta.

A pele oleosa tem produção de sebo maior do que o normal, com aspecto brilhante, úmido, espesso e poros dilatados. Além da herança genética, outros fatores que favorecem a oleosidade da pele são: alterações hormonais, exposição excessiva ao sol, estresse e ingestão de alimentos com alto teor de gordura. A pele oleosa tem maior tendência à formação de acne, cravos e espinhas. >



A mista é provavelmente o tipo mais comum de pele. Ela tem aspecto oleoso e poros dilatados na "zona T" (testa, nariz e queixo) e seco nas bochechas e nas extremidades do rosto. Esse tipo de pele apresenta espessura mais fina, com tendência à descamação e ao surgimento de rugas finas.

Todos os tipos de pele demandam os mesmos cuidados faciais básicos: fotoproteção pela manhã (FPS 30, no mínimo) e limpeza adequada ao final do dia. A dermatologista Paola Pomerantzeff informa que a hidratação é essencial para peles normais, secas, mistas e oleosas. "O que muda é o veículo e alguns dos ativos de cada hidratante. Deixar de hidratar a pele oleosa é um erro, pois se ela 'ressecar' demais, pode apresentar um efeito rebote: na tentativa de compensar esse ressecamento, a pele fica ainda mais oleosa", diz.



Paola menciona que os antioxidantes, como a vitamina C, podem ser aplicados pela manhã antes do protetor solar. Para uso noturno, ela cita como exemplo o resveratrol. A médica destaca o poder de hidratação do ácido hialurônico e a relação dessa propriedade com o tamanho da sua molécula: "apenas as menores realmente penetram na pele". "Todos os tipos de pele podem abusar desse princípio ativo. O que muda é o veículo do hidratante: sérum ou gel para peles mais oleosas ou creme para as mais secas e ressecadas", aponta.

Em meio a conceitos e apelos variados, a dermatologista afirma que o mais importante é manter uma rotina de cuidados. "Enquanto a cultura coreana acredita em mais de dez passos de skin care, a nórdica prefere o minimalismo. O fundamental é a frequência da rotina e não a quantidade de cremes usados em um dia. É melhor adotar poucos passos todos os dias do que 20 passos uma vez por semana", recomenda. "Além dos cuidados diários, os procedimentos também estão em alta, já que oferecem melhora da qualidade da pele de uma forma superior aos cremes tópicos", acrescenta.

Campeã de buscas na internet, a limpeza de pele é o procedimento mais procurado por clientes de esteticistas, pois ajuda a controlar a oleosidade excessiva no rosto, remove as células mortas e impurezas e confere hidratação à pele. Outro procedimento bastante procurado é o tratamento para melasma.

"O tratamento pode ser feito com peelings químicos ou por meio da técnica de microagulhamento. Os peelings químicos são ácidos em concentrações mais fortes aplicados na pele em cabine. O microagulhamento consiste em microperfurações que estimulam a produção de colágeno, a vascularização da pele e a ação dos melanócitos [células responsáveis pela pigmentação da pele]. Consequentemente, as manchas diminuem", comenta a esteticista Ângela Coelho.

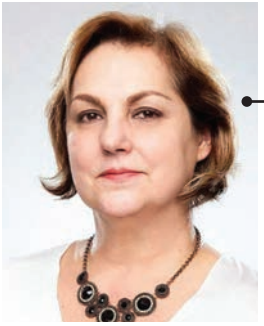
Ela explica que o microagulhamento é o "queridinho" do momento por ser um procedimento que abrange várias patologias da pele, sendo usado no tratamento de cicatrizes e manchas, para o rejuvenescimento facial, flacidez "e até no tratamento de estrias e calvície". Ângela ressalta que a procura por procedimentos faciais cresce entre mulheres e homens. "Ambos estão procurando tratamentos, em cabine e home care. Acredito que não se trata apenas de beleza e autoestima, mas também de uma questão de saúde e bem-estar", conclui.

Fotos: © RossHelen / Shutterstock, © Ake / Rawpixel e Arquivo pessoal do entrevistado

Produtos que unem tecnologia e saúde

Com foco na demanda por soluções de problemas como acne e manchas na pele, a Extratos da Terra traz para o home care linhas e máscaras potencializadoras, como as famílias de produtos Dermosoft e Dermolight. O Dermosoft Antiacne kit home care é um tratamento para a pele acneica – juvenil e adulta. A proposta é oferecer um cuidado global, desde o gatilho para o quadro até a saúde da pele no pós-tratamento.

O Dermolight kit home care trata manchas por meio da nanotecnologia, proporcionando clareamento e controle do melasma de forma profunda e efetiva, sem inflamação ou irritação da pele e contribuindo para prevenir e tratar o fotoenvelhecimento. "O kit Dermosoft Antioleosidade oferece o controle de sintomas desconfortáveis, como poros abertos, oleosidade e brilho excessivo. Vale ainda mencionar o Dermosoft Antioleosidade Multiprotetor Matificante FPS 50, um protetor solar em pó com proteção UVA, UVB e contra a poluição urbana e digital", comenta Elizete Garcia, coordenadora técnica nacional da Extratos da Terra.



Lariza Alves, gerente de desenvolvimento da Pharmapele, destaca o Young Booster como o sérum mais rico em vitaminas C estabilizadas e associadas a ácidos hialurônicos do mercado. "Ele tem 20% de um blend de vitaminas C estabilizadas, é altamente compatível com a pele e tem efeito antiaging clareador superior ao ácido ascórbico na sua forma ácida. É enriquecido com um complexo de 5 AHs, sendo um bioprecursor, que usa diferentes tecnologias para hidratar as camadas da pele", descreve.

A formulação é enriquecida com os ativos niacinamida (vitamina B3), que estimula a firmeza e o clareamento, Liftonin X-Press (desenvolvido a partir da microalga *Porphyridium cruentum*), com efeito tensor imediato e longa duração, e um lisado de probióticos que melhora a função barreira e estimula a microbiota saudável da pele. Como benefícios, o produto reduz rugas e linhas de expressão, confere firmeza, efeito tensor, hidratação intensa e luminosidade, além de suavizar a textura da pele e fortalecer a barreira natural do tecido.

O Prev-Aging Day FPS 70 é um tratamento rejuvenescedor rico em Epidermosil, "um inovador ácido hialurônico de baixo peso molecular e biovetorizado pelo silício orgânico", explica Lariza. O produto age nas três camadas da pele e estimula a renovação celular, promovendo preenchimento, remodelagem do contorno facial e hidratação profunda. "Formulado com Glyco-repair, ativo capaz de retardar o >

Fotos: © Lucky Business / Shutterstock, Arquivo pessoal dos entrevistados e Divulgação das marcas

processo de envelhecimento, ele age como um escudo, 'blindando' a pele contra fumaça, gases de carbono e substâncias alergênicas", ressalta.

A composição também traz filtros solares que abrangem uma alta e ampla faixa de proteção contra os raios UVB e UVA. "Sua principal inovação está na proteção diferencial contra os raios UVA, do tipo UVA II. Até então, não existiam no mercado filtros que absorvessem nessa faixa de comprimento. Havia uma lacuna entre a absorção dos raios UVA e UVB (290 a 340 nm). O lançamento do Tinosorb A2B, um dos filtros UV mais eficazes do mercado, permitiu uma proteção equilibrada por todo o espectro da radiação UV", afirma.

Desenvolvido especialmente para a pele brasileira, o Fotosense Facial FPS 50 E 70 é um gel-creme extrasseco para uso facial diário. A composição oferece a combinação de micropartículas que absorvem a oleosidade, promovendo efeito mate prolongado e um toque seco e aveludado. Lariza informa que o produto, rico em vitamina E, também proporciona proteção diferenciada contra os raios do tipo UVA II, além de proteger a pele contra a luz visível e azul.

"Sabemos que os dispositivos eletrônicos têm LEDs que emitem uma luz azul com alta intensidade e energia. Essa exposição acelera o processo de oxidação, estimula os queratinócitos e age sobre a melanina, provocando o aparecimento de manchas", argumenta. Ela cita como demandas brasileiras a textura seca, leve e sem brilho e a secagem rápida, bem como protetores solares para o rosto com efeito matificante. Cresce também a procura por boosters, cosméticos que apresentam altas concentrações de um único ativo, como vitamina C ou ácido hialurônico.

A Hada Labo, marca japonesa presente em 30 países, chegou ao Brasil em novembro de 2019. São cinco itens comercializados no país, com destaque para o ácido hialurônico.

"Trouxemos dermocosméticos que são facilmente adaptados à rotina de beleza dos brasileiros, por serem indicados para todos os tipos de pele e por contarem com uma tecnologia apropriada para peles mistas e oleosas. Esse é o segredo da Hada Labo: hidratação profunda por meio de produtos com consistência superleve,

mas com alto poder", relata Monica Kolanian, gerente de desenvolvimento de negócios da empresa.

A marca apresentará novidades nos próximos meses. "A resposta dos consumidores nos mostrou que podemos ampliar as linhas que já estão à venda no país, além de trazer novos dermocosméticos e novas categorias", afirma.

O Life Infusion Aquagel, da Ellementti Dermocosméticos, explora o conceito "well aging" (envelhecer bem). "Ele diminui os danos do envelhecimento cutâneo ao mesmo tempo em que trata a microbiota da pele envelhecida. O ativo Wellagyl (extrato de flor rosa damascena) muda o perfil epigenético da pele que envelheceu de forma não saudável para a forma saudável", diz Fernanda Chauvin, diretora científica da empresa.

Outro destaque do portfólio é o sérum Intensiderme, com efeito hidratante e preenchedor. O produto é formulado com ácido hialurônico, presente em cinco tipos de peso molecular, para promover vários níveis de hidratação. Para Fernanda, os produtos com ácido hialurônico, retinol e vitamina C são os mais procurados pelas brasileiras para o cuidado facial.

Fotos: Arquivo pessoal dos entrevistados e Divulgação das marcas

Em fevereiro deste ano, a Garnier lançou no Brasil a linha SkinActive. A maior novidade da marca é a família Uniform & Matte, com um portfólio completo à base de vitamina C, para peles mistas a oleosas. São quatro produtos que entregam um efeito de toque seco, uniforme e aveludado para o rosto: Hidratante Efeito Matte 12h, com FPS 30; Gel de Limpeza Facial; Água Micelar antioleosidade, "a primeira com vitamina C, que remove a maquiagem, limpa, hidrata e uniformiza", como informa a marca; e Máscara Facial Efeito Matte Uniformizante, em tecido de origem natural, com vitamina C e ácido hialurônico na composição.

Da busca pela perfeição ao equilíbrio zen

Para Elizete, da Extratos da Terra, a principal tendência em skin care é a praticidade, com produtos de fácil aplicação e linhas para home care mais enxutas. "Filtro solar em pó, tratamentos com número reduzido de produtos, nada de agressão à barreira da pele e cosméticos vegetais, biocompatíveis e veganos são destaques", comenta.

Com base nas grandes tendências de comportamento, Lariza, da Pharmapele, acredita que o setor cosmético passará por mudanças significativas. Conceitos como sustentabilidade, personalização, valor social e tecnologia são cada vez mais importantes para o consumidor.

"Produtos com conceito mindfulness, que transmitam a experiência de cuidado e harmonia, ganham relevância. O mesmo acontece com os cosméticos que não ofereçam apenas uma boa performance, mas também uma fragrância agradável e que remeta ao relaxamento ou à energização, a exemplo de produtos que evocam os benefícios de um spa", diz a gerente de desenvolvimento.

A onda K-beauty continua intensa e popularizando expressões como "glass skin", usada pelas coreanas para descrever uma pele extremamente limpa, naturalmente luminosa e profundamente hidratada. No entanto, o Japão passa a ser outra influência asiática relevante. Na J-beauty, produtos combinam tecnologia de ponta a uma filosofia zen, "com menos passos para cuidar da pele, texturas agradáveis, fragrâncias calmantes e multifuncionais", menciona.

As máscaras faciais caíram no gosto das brasileiras, em especial aquelas que exploram sensoriais e texturas diferenciadas, "além de kits que incluam várias etapas, com duas ou três máscaras diferentes, a ser aplicadas em sequência e ingredientes que precisam ser misturados no momento do uso", afirma.

Também estão no radar de tendências os produtos higienizantes que transmitam frescor e leveza – como as águas micelares – e cosméticos antipoluição, como sabonetes, loções e géis de limpeza para o combate às micropartículas e hidratantes que impeçam a adesão dessas micropartículas na pele.

"Agregar antioxidantes às formulações se torna uma estratégia indicada nesse momento, porque eles protegem a pele dos efeitos nocivos da poluição. O novo boom da vitamina C em >

Fotos: © Minerva Studio e © Ratthaphon Bunmi / Fotolia

tratamentos faciais se relaciona, em grande parte, a essa questão. O mesmo acontece com a utilização de extratos de chá-verde, chá-branco e berries em geral", observa.

Em ingredientes ativos, desponta a revalorização dos clássicos, como o ácido hialurônico – usado em pesos moleculares diferentes e que proporcionam benefícios distintos às camadas da pele – e a vitamina C. "Prebióticos e probióticos seguem uma concepção mais inovadora. Esses cosméticos propõem equilibrar a microflora da pele, incrementando sua resistência contra agentes agressores, melhorando o nível de hidratação e diminuindo irritações, entre outros benefícios", acrescenta.

Ela menciona dois direcionamentos em proteção solar. O primeiro diz respeito às formulações baseadas em filtros físicos, em razão da busca por produtos de origem mais natural. "Nesse caso, são obtidos protetores definidos como minerais, geralmente à base de dióxido de titânio e óxido de zinco", observa. O objetivo é oferecer produtos com fácil espalhabilidade, aspecto não esbranquiçado e cobertura natural.

Outra tendência é a formulação de produtos com antioxidantes e proteção contra radiação infravermelha, luz visível e luz azul. "No Brasil, a oferta de filtros solares antipoluição é pequena, o que pode configurar uma oportunidade de inovação", conclui.

Fernanda, da Ellementti, ressalta a ascensão dos prebióticos, probióticos e pós-bióticos (produtos do metabolismo de microrganismos vivos que, devido a sua bioatividade, podem imitar os efeitos benéficos dos probióticos), assim como produtos com apelo de restauração do escudo protetor da pele contra os exposomas.

O conceito de exposoma engloba todos os fatores aos quais os indivíduos estão expostos, desde a fase intrauterina até o último dia de vida. "Dentro desses conceitos, temos a linha Urban Life, com abordagem antipoluição e de destoxificação da pele", comenta.

Novos sensoriais e texturas

"Uma das fortes tendências é a customização. Hoje já existem no mercado alguns produtos para tratamento da pele nos quais o consumidor pode potencializar o sérum, creme ou máscara com ampolas que contêm ativos", afirma Karla Macian, gerente de marketing de Personal Care na América Latina da Momentive. Ela também menciona as composições minimalistas com ingredientes multifuncionais e as formulações aquosas, que proporcionam a sensação de "água fresca".

Novas experiências sensoriais são cada vez mais valorizadas pelos consumidores. "São exemplos o gel que se transforma em água, o creme que se torna pó, o líquido que se transforma em uma textura... Cosméticos para a pele estão associados ao toque. Portanto, o sensorial das formulações e as emoções que elas provocam nas pessoas são muito importantes para a aceitação do produto", aponta.

Karla destaca os ativos:

- **Velvesil E-Gel PMF emulsion** – ajuda a obter uma experiência sensorial suave e macia, com benefícios adicionais de soft focus, a partir das fases aquosas das formulações.
- **Velvesil Magic B Gel** – ingrediente multifuncional que proporciona sensorial suave e sedoso, além de efeito emoliente, à fase oleosa de emulsões ou a formulações anidras.
- **Silsoft EAU Microgel** – age como emulsionante óleo em água e possibilita texturas distintas, com sensorial leve e de "água fresca", além de secagem rápida.

Fotos: © / Shutterstock, © Diego Cervo / Fotolia e Arquivo pessoal do entrevistado

"Os produtos para face care devem ser leves, oferecer rápida secagem, hidratação e formação de filme sobre a pele. Independentemente da forma de apresentação – cremes, loções, séruns ou jellys –, é preciso fornecer sensorial diferenciado e agradável. A Sarfam tem ingredientes dermocosméticos que atuam na performance sensorial e na eficácia desses produtos", diz Ana Carolina Albertini, gerente técnica da empresa.

Alguns deles são:

✓ **ET-VC** – derivado da vitamina C de baixo peso molecular, hidrossolúvel e estabilizado. Promove um tratamento completo da pele ao oferecer dez benefícios. Entre eles está a ação potente de inibição da melanogênese, reduzindo manchas e promovendo luminosidade e uniformização do tom da pele. O ingrediente atua no estímulo natural das sínteses de colágeno e de ácido hialurônico, além de inibir a atividade das hialuronidases. Ele oferece proteção do DNA, é antipoluição e protege a pele contra a luz azul.

✓ **C-Pep Defensyl** – peptídeo que atua na prevenção dos danos à pele, pois ajuda a fortalecer seu sistema de defesa, com ação anti-inflamatória, antiestresse e antifotoenvelhecimento. O peptídeo tem excelente estabilidade e afinidade com a pele.

✓ **Epseama** – rejuvenescedor epigenético que atua contra os três efeitos do envelhecimento: cronoaging, photoaging e inflammaging. É um ativo premiado em inovação para dermocosméticos que proporciona melhora na textura, na hidratação e no clareamento de manchas, além de atuar na diminuição da linha nasolabial.

"O Brasil é um país cuja população ainda está mais preocupada com os cuidados dos cabelos do que com a pele. Felizmente, este cenário está mudando. Para os próximos anos, as perspectivas em relação ao mercado de skin care são bem promissoras", opina Daniella Lopes Francischetti, gerente de marketing da Solabia.

Ela ressalta a expertise da empresa em pesquisa e desenvolvimento de matérias-primas para a pele do rosto, por meio da biotecnologia, química fina e extração vegetal. "São vários os ativos com eficácia comprovada em diferentes tipos de aplicação", diz.

Os principais são:

✓ **Fucogel 1.5P** – tem a multifuncionalidade como grande diferencial. O ativo SMART tem propriedades calmante-soothing (S), hidratante-moisturizing (M), antiaging (A) e reestruturante (R), além de dar às formulações um toque (T) especial. É um polissacarídeo de alto peso molecular com origem biotecnológica por fermentação, atendendo a todas as exigências do mercado como um ativo natural e vegano.

✓ **3Dermilyn** – ativo de origem vegetal cujo diferencial está no modo de ação. Com atividade reestruturante, ele é considerado um ativo biossensorial, pois estimula os mecanismos da felicidade por meio do aumento da produção dos neurotransmissores dopamina e serotonina, promovendo uma aparência saudável e de bem-estar para a pele.

✓ **Bioecolia** - glucooligossacarídeo de origem biotecnológica, ideal para a manutenção do equilíbrio da microbiota da pele do rosto e demais partes do corpo. Estimula o crescimento das bactérias benéficas em detrimento das patogênicas, evitando o aparecimento de problemas como acne e dermatite atópica.

✓ **Rhamnosoft HP 1.5P** – polissacarídeo biotecnológico rico em ramnose, sendo este o seu diferencial. A ramnose é um monossacarídeo de grande afinidade com os sítios ativos dos queratinócitos agredidos pela radiação UV, pela poluição e pela exposição aos radicais livres. Ela ajuda a atenuar as reações inflamatórias da pele.

✓ **Saniskin** – ativo caracterizado pela multifuncionalidade no tratamento da pele oleosa com tendência à acne. Ele regula a produção excessiva da oleosidade; mantém a qualidade do sebo, evitando a sua oxidação; regula a proliferação do *Cutibacterium acnes*; e modula a resposta inflamatória. Como benefício, observa-se também a diminuição do número e do diâmetro dos poros alargados. O Saniskin é um ativo de origem biotecnológica por bioconversão.

Daniella aponta a aceleração do envelhecimento da população do país e a busca por produtos antienvelhecimento com diferentes formas de ação. "Cosméticos biomiméticos também têm despertado a atenção, uma vez que, ao reproduzirem as condições normais da pele – por mimetizarem seus componentes intrínsecos –, passam a atuar com mecanismos de ação inteligentes, trazendo benefícios visíveis". ■

Fotos: © J.Chizhe, © Kubais / Shutterstock e Arquivo pessoal do entrevistado