



## Simulação de Desenvolvimento, Produção e Comercialização de Produtos Cosméticos: Perfume

### Autor(res)

Verano Costa Dutra  
Patrick Conceição Pacheco  
João Guilherme Domiciano Brambati  
Aline França Baptista  
Emerson Santos Milagre  
Jéssica Leal Loureiro

### Categoria do Trabalho

Pesquisa

### Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE GUARAPARI

### Introdução

Carvalho (2017) expõe que no processo de desenvolvimento, produção e comercialização de um produto cosmético é necessário, de forma geral, seis etapas: Planejamento do briefing (resumo); Avaliação técnica e viabilidade; Desenvolvimento da formulação e da embalagem; Implementação para fabricação em escala; Treinamento para lançamento do produto; e análise do Produto no pós-venda. Dessa forma, conforme estabelecido por Gavira et al. (2007, p. 98), na projeção de um briefing de qualidade “o objetivo é suscitar ideias que tenham um bom potencial de mercado e sejam tecnicamente viáveis”. Tendo isso em vista, na idealização de um novo perfume, em primeiro momento se deve conceber que tipo de fragrância desenvolver e no seu simbolismo, para então traçar os detalhes técnicos acerca da produção, marketing e comercialização.

### Objetivo

Desenvolver e planejar a comercialização de um perfume artesanal de fragrância doce adequado para o clima tropical; utilizar como essência um fruto que seja tipicamente brasileiro; destinar o perfume ao público jovem e adulto de todos os gêneros de classe média; selecionar uma embalagem que tenha capacidade para 45 mL, feita de plástico reutilizável em formato de frasco com spray.

### Material e Métodos

Para o processo de avaliação técnica e viabilidade, fórmulas públicas de perfumes artesanais e industriais foram pesquisadas, destacando-se a transcrita por Fogaça (2014), esta fora adaptada para suprir os objetivos propostos. Sendo a segunda etapa ultimada, foi possível passar para a próxima seção: desenvolvimento da formulação e embalagem. Para a manipulação de um lote de 500 mL de perfume, subdividido em 10 unidades de 45 mL, iniciou-se a produção da base desse cosmético. A base é composta por BHT (0,225 g), Triclosan (0,45 g), Propilenoglicol (18 mL), álcool de cereais (414,66 mL), água Purificada (32,16 mL) e fixador de essência (4,5 mL), logo estes passaram por processo de homogeneização e por filtração, cabendo à solução filtrada ser misturada a 30 mL de



essência. Não obstante, por 15 dias, com intervalo de 12 horas, a formulação requereu passar por choque térmico, em frasco âmbar para proteção da incidência de luz e de fotólise, processo necessário para maturação da essência.

## Resultados e Discussão

Nas quantidades descritas, a solução final dá um rendimento menor que 500 mL devido à filtração e às ligações de ponte de hidrogênio entre o álcool de cereais e a água purificada, resultando em aproximadamente 480 mL. Neste contexto, 30 mL de essência torna o perfume eau de toilette na concentração aproximada de 6%, esse tipo de perfume é ideal para o clima tropical e apresenta-se como baixo custo. A fragrância foi produzida com essência de Pitanga (*E. uniflora*), pois apresentou aroma doce, além de ser um fruto endêmico do Brasil (SILVA, 2006). A embalagem selecionada para comportar as unidades produzidas apresenta os seguintes valores de dimensão: 11,8 x 4,4 x 3 cm, comportando 60 mL e sendo feita de Polipropileno, a média de líquido pulverizado pelo mecanismo spray do frasco é de aproximadamente 0,15 mL. O rótulo seguirá os dizeres técnicos da legislação da RDC nº 752/2022 e o treinamento para lançamento basear-se-á em parcerias pagas com permuta.

## Conclusão

O custo de produção de uma remessa de 24 lotes (240 unidades) é de R\$4.341,35, considerando apenas o valor das matérias-primas; para cada unidade é R\$18,09. Tendo isso em vista, o perfume será vendido, via site, por R\$54,27 — este valor considera o custo de produção, impostos e lucros. Por fim, o acompanhamento do produto no pós-venda dar-se-á pelo Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), via e-mail e WhatsApp, e pelas redes sociais da empresa fabricante (Instagram, Facebook e Twitter).

## Referências

BRASIL. ANVISA. Resolução da Diretoria Colegiada da Anvisa – RDC Nº 752, de 19 de setembro de 2022. Diário Oficial da União, Brasília: Anvisa, 2022.

CARVALHO, Fernanda de Cássia Frasson. Cosmetologia. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2017.

FOGAÇA, Jennifer. Fabricação de perfume em sala de aula. Química. Brasil Escola. 2014. Disponível em: <https://educador.brasilecola.uol.com.br/estrategias-ensino/fabricacao-perfume-sala-aula.htm>. Acesso em: 20 abr. 2023.

GAVIRA, Muriel De Oliveira. et al.. Gestão da Inovação Tecnológica: Uma Análise da Aplicação do Funil de Inovação em uma Organização de Bens de Consumo. Revista de Administração Mackenzie, v. 8, n. 1, p. 77–107, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/sCpPRnd5Dt5YhPRd3ThFgRc/?lang=pt>. Acesso em 20 abr. 2023.

SILVA, Silvanda de Melo. Pitanga. Revista Brasileira de Fruticultura, v. 28, n. 1, 2006.