

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE

JHULIA NAONI DILLY

CENÁRIO ATUAL DO MERCADO DE SHAMPOOS NATURAIS E
ORGÂNICOS PRODUZIDOS E COMERCIALIZADOS NO BRASIL

Florianópolis – SC
2021

JHULIA NAONI DILLY

CENÁRIO ATUAL DO MERCADO DE SHAMPOOS NATURAIS E
ORGÂNICOS PRODUZIDOS E COMERCIALIZADOS NO BRASIL

Trabalho de Conclusão do Curso de
Graduação em Farmácia do Centro de
Ciências da Saúde da Universidade Federal
de Santa Catarina como requisito parcial
para obtenção do grau de Bacharel em
Farmácia.

Orientador(a): Bianca Ramos Pezzini

Florianópolis – SC
2021

Este trabalho foi elaborado segundo as normas de redação da revista **Cosmetics & Toiletries**, que publica artigos que contribuam para o progresso da Cosmetologia.
Essa formatação foi escolhida pois pretende-se submeter este manuscrito à avaliação pela revista.

Cenário Atual do Mercado de Shampoos Naturais e Orgânicos Produzidos e Comercializados no Brasil.

Autores: Jhulia Naoni Dilly e Bianca Ramos Pezzini.

RESUMO

Este trabalho analisou o panorama atual do mercado nacional de shampoos naturais e orgânicos. Identificou-se 29 marcas brasileiras de cosméticos que produzem e comercializam um total de 112 shampoos com apelo ao natural ou orgânico. Essa análise indicou que a minoria desses produtos possui selo(s) de certificação e que os shampoos certificados apresentaram menor preço por g ou mL. Observou-se também que o preço por produto variou significativamente entre as lojas virtuais.

Palavras-chave: Cosmético natural, cosmético orgânico, shampoo natural, shampoo orgânico.

This work analyzed the current panorama of the national market for natural and organic shampoos. 29 Brazilian cosmetic brands were identified that produce and market a total of 112 shampoos with natural or organic appeal. This analysis indicated that a minority of these products have certification seals and the certified shampoos had a lower price per g or mL. It was also observed that the price per product varied significantly between online stores.

Key words: Natural cosmetic, organic cosmetic, natural shampoo, organic shampoo.

Este trabajo analizó el panorama actual del mercado nacional de champús naturales y orgánicos. Se identificaron 29 marcas brasileñas de cosméticos que producen y comercializan un total de 112 champús con atractivo natural u orgánico. Este análisis indicó que una minoría de estos productos tiene sello de certificación y los champús certificados tenían un precio más bajo por go mL. También se observó que el precio por producto variaba significativamente entre las tiendas online.

Palabras clave: Cosmético natural, cosmético orgânico, champú natural, champú orgânico.

1 INTRODUÇÃO

A demanda por cosméticos naturais e orgânicos apresenta uma tendência global de crescimento. Segundo dados apontados pela consultoria Grand View, o mercado desse tipo de produto deverá atingir US \$25,11 bilhões até 2025 (1), e no Brasil isso não é diferente, pois estima-se que haverá um crescimento de 5% a 10% desse mercado, até 2024, no país (2). Além disso, conforme dados do Euromonitor, divulgados pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), o Brasil ocupa o segundo maior mercado mundial em produtos capilares. Os shampoos, formulações usadas para higienizar os fios de cabelo e o couro cabeludo, representam uma grande fatia do mercado mundial de produtos de cuidados com os cabelos, correspondendo a mais de 30% desses produtos (3).

A maioria dos países, dentre eles o Brasil, não possui uma regulamentação específica para os cosméticos naturais e orgânicos, então as definições dadas a esses produtos acabam sendo muito amplas e sujeitas a diversas interpretações. No país, existe um projeto de lei, PL 8449/2017 (4), que busca alterar a lei 6.360, de 23 de setembro de 1976 (5), que dispõe sobre a vigilância sanitária a que ficam sujeitos medicamentos, drogas, insumos farmacêuticos e correlatos, cosméticos, saneantes e outros produtos, para dispor também sobre cosméticos orgânicos. Esse projeto de lei, atualmente, está em tramitação na Câmara dos Deputados e aguarda o parecer do relator na Comissão de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (CMADS).

Na ausência de legislação específica, organizações nacionais e internacionais definem conceitos, regras e padrões para cosméticos naturais e orgânicos, emitindo certificações para produtos que atendam às suas exigências, mediante pagamento. Alguns exemplos são o Grupo Ecocert (6) e o Instituto Biodinâmico (IBD) (7), que são as principais certificadoras a atuar no Brasil. Existe também a ISO 16128-2:2017 (8), documento de duas partes elaborado pela Organização Internacional de Normalização (ISO), que fornece diretrizes e critérios para cosméticos naturais e orgânicos (9). Segundo essas organizações, os cosméticos naturais devem conter 90% ou mais de ingredientes naturais na sua composição; o grupo Ecocert e o IBD estabelecem que os demais ingredientes devem ser aprovados por eles. Os

cosméticos orgânicos devem conter apenas matérias-primas de origem natural e pelo menos 95% desses ingredientes devem ser oriundos da agricultura orgânica (6-8). No entanto, a adoção de tais normas e diretrizes é opcional para as empresas. O processo de certificação é complexo e caro, tornando-se inacessível para algumas marcas e indesejável para outras.

Nesse cenário, infelizmente, algumas marcas se aproveitam da ausência de uma legislação específica para praticarem “*green wash*”, vendendo os seus cosméticos com apelo ao natural ou orgânico, mesmo que eles não cumpram as especificações esperadas para esses produtos. Cabe, então, ao consumidor avaliar muito bem antes de escolher qual produto vai adquirir, o que não é uma tarefa simples, pois exige conhecimentos específicos, que nem sempre são de fácil acesso.

Este trabalho visou estabelecer um panorama do mercado de shampoos naturais e orgânicos, certificados ou não, produzidos e comercializados no Brasil, compilando informações sobre as marcas e produtos disponíveis para venda na internet. Espera-se, como resultado do trabalho, contribuir para o melhor entendimento dos consumidores, facilitando o acesso a informações confiáveis e relevantes.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

As marcas de shampoos com apelo ao natural ou orgânico produzidos e comercializados no Brasil foram identificadas por meio de uma pesquisa na internet. Inicialmente, a ferramenta de busca Google foi utilizada com as palavras-chave: “cosméticos naturais”, “cosméticos orgânicos”, “shampoos naturais” e “shampoos orgânicos”. A busca direcionou-se então para páginas eletrônicas de lojas virtuais e também para blogs, que continham compilações de marcas com apelo ao natural ou orgânico. As marcas encontradas nessas páginas foram analisadas uma a uma, através do seu respectivo site oficial, e apenas marcas brasileiras, que explicitamente intitulam seus produtos como naturais ou orgânicos, seja no rótulo e/ou no site oficial, foram analisadas (produtos importados não foram incluídos neste trabalho).

Essas marcas foram tabuladas e para preservar a identidade delas, foi criado um código que combina letras e números, de acordo com a ordem em que elas foram organizadas. Foram também pesquisados e tabulados a Classificação Nacional de Atividades Econômicas principal (CNAE) de cada marca, bem como os shampoos com apelo ao natural ou orgânico produzidos e comercializados por elas, a apresentação desses produtos (sólido ou líquido), o conteúdo deles (g ou mL), a classificação (natural, orgânico e vegano), e as certificações de natural ou orgânico, quando houveram. Os nomes dos shampoos foram também codificados para preservar a identidade dos produtos e das marcas. As informações sobre as marcas, como a Classificação Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), foram retiradas dos respectivos sites oficiais, e a CNAE principal foi consultada no portal da Receita Federal (10) através do CNPJ de cada uma delas. As certificações foram confirmadas através de uma consulta direta na página das certificadoras e, em alguns casos, também por e-mail diretamente com as marcas.

Além disso, foi realizada uma análise de preços, em Reais (R\$), considerando o preço por unidade do produto anunciado na loja virtual da marca; o preço calculado por g ou mL de shampoo (preço da unidade do produto na loja virtual da marca dividido pelo conteúdo informado na embalagem primária); os preços mínimo e máximo encontrados por unidade do produto no Google Shopping (11), que reúne vários estabelecimentos comerciais, e a variação desse valor (%).

Todos os dados apresentados neste trabalho foram pesquisados entre 20 de junho e 14 de setembro de 2021. Todas as informações sobre preços foram pesquisadas entre 27 e 30 de julho de 2021.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Conceitos de Cosmético Natural e Orgânico

Para subsidiar uma discussão mais clara em torno das marcas e shampoos identificados é importante esclarecer os conceitos de cosmético natural e orgânico. Os conceitos da ISO, do Grupo Ecocert e do IBD, adotados como referências neste estudo, apresentam algumas diferenças (Tabela 1), mas convergem de modo geral para as seguintes definições: os cosméticos naturais devem conter 90% ou mais de

ingredientes naturais na sua composição; o grupo Ecocert e o IBD estabelecem que os demais ingredientes devem ser aprovados por eles. Os cosméticos orgânicos devem conter apenas matérias-primas de origem natural e pelo menos 95% desses ingredientes devem ser oriundos da agricultura orgânica.

Tabela 1 - Conceitos de cosmético natural e orgânico segundo a ISO, o Grupo Ecocert e o IBD.

Órgão	Conceito
ISO	Natural
	Contém um mínimo de 90% de ingredientes de origem natural na composição (7).
	Orgânico
	Contém apenas ingredientes de origem natural e pelo menos 95% dos ingredientes devem ser oriundos da agricultura orgânica (7).
Ecocert	Natural
	Contém um mínimo de 95% de ingredientes de origem natural na sua composição, 5% dos ingredientes podem ser de origem sintética, desde que estejam na lista de permitidos pela certificadora (12).
	Orgânico
	Contém apenas ingredientes de origem natural e pelo menos 95% dos ingredientes naturais devem ser oriundos da agricultura orgânica, sem considerar a água das formulações (12).
IBD	Natural
	Contém um mínimo de 95% de ingredientes de origem natural na composição, 5% dos ingredientes podem ser de origem sintética, desde que estejam na lista de permitidos da certificadora (13).
	Orgânico
	Contém apenas ingredientes de origem natural e pelo menos 95% dos ingredientes naturais devem ser oriundos da agricultura orgânica, considerando a água das formulações (13).

3.1 Marcas brasileiras de shampoos naturais e orgânicos

Foram encontradas vinte e nove marcas brasileiras de cosméticos que produzem e comercializam shampoos com apelo ao natural ou orgânico, as quais são apresentadas mediante codificação na Tabela 2, juntamente com a CNAE principal. A CNAE é um código numérico utilizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para identificar as atividades econômicas exercidas por um negócio. Uma empresa pode possuir mais de uma CNAE dependendo dos serviços oferecidos, sendo uma delas a principal (primária) e as demais relacionadas a ela (secundárias) (14). Ao analisar as informações encontradas foi possível

constatar que a maioria das marcas estudadas (75,5%) adotam como atividade econômica principal o comércio de produtos, enquanto apenas 34,5% delas têm a fabricação como atividade principal (Figura 1). Esse resultado pode ser reflexo da crescente terceirização realizada pelas marcas de cosméticos brasileiras (15). As empresas de terceirização podem executar de forma parcial ou total as etapas necessárias à comercialização de um produto, entre elas o desenvolvimento, a fabricação, o envase, a notificação à Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e, quando necessário, o processo de registro do produto final. Tudo isso permite à empresa dedicar mais tempo à marca, com a possibilidade de assegurar ao consumidor um produto final de qualidade, de maneira rápida e com preços competitivos (16). Contudo, é importante que as marcas optem por empresas terceirizadas idôneas, comprometidas com os preceitos das boas práticas de fabricação e com a qualidade dos serviços prestados, bem como sejam capazes de atender às necessidades específicas de cada marca.

Tabela 2- Cenário atual do mercado de shampoos com apelo ao natural e orgânico produzidos e comercializados no Brasil.

Código da Marca	Código do Produto	Apresentação	Conteúdo	Nat	Org	Veg	Certificação	Preço (R\$) por Unidade (loja virtual oficial)	Preço (R\$) por g ou mL (loja virtual oficial)	Preço Min - Max (R\$) (Google Shopping)	Variação do Preço (R\$) % (Google Shopping)	CNAE
A1	A1-01	Líquido	250 mL	x		x	Não	50,00	0,20	47,49 - 52,53	10,61	46.46-0-01
	A1-02	Líquido	250 mL	x		x	Não	42,50	0,17	40,90 - 44,12	7,87	
	A1-03	Líquido	250 mL	x		x	Não	57,60	0,23	53,90 - 61,25	13,64	
A2	A2-01	Líquido	270 mL	x		x	IBD Ingredientes Naturais	65,10	0,24	53,00 - 73,54	38,75	47.72-5-00
	A2-02	Líquido	270 mL	x		x	IBD Ingredientes Naturais	65,10	0,24	53,00 - 69,20	30,57	
	A2-03	Líquido	270 mL	x		x	IBD Ingredientes Naturais	69,20	0,26	47,90 - 74,90	56,37	
	A2-04	Sólido	100 g	x		x	IBD Ingredientes Naturais	29,40	0,29	18,90 - 34,04	80,11	

	A2-05	Sólido	100 g	x		x	IBD Ingredientes Naturais	29,40	0,29	19,90 - 33,90	70,35	
	A2-06	Líquido	270 mL	x		x	IBD Ingredientes Naturais	65,10	0,24	53,00 - 74,90	41,32	
A3	A3-01	Sólido	90 g	x		x	Não	39,90	0,44	27,00 - 39,90	47,78	47.72-5-00
A4	A4-01	Líquido	1000 mL	x		x	Não	85,00	0,09	85,00 - 100,00	17,65	20.63-1-00
	A4-02	Líquido	1000 mL	x		x	Não	92,00	0,09	88,00	0,00	
	A4-03	Líquido	1000 mL	x		x	Não	92,00	0,09	88,00	0,00	
	A4-04	Líquido	1000 mL	x		x	Não	92,00	0,09	88,00	0,00	
A5	A5-01	Sólido	115 g	x		x	Não	38,90	0,34	33,90 - 47,90	41,30	47.72-5-00
	A5-02	Sólido	115 g	x		x	Não	38,90	0,34	33,90 - 49,70	46,60	
	A5-03	Sólido	115 g	x		x	Não	38,90	0,34	33,90 - 49,70	46,60	

A6	A6-01	Líquido	250 mL	x	x	x	Ecocert Certificado de Orgânico	48,00	0,19	40,90 - 48,00	17,36	20.63-1-00
	A6-02	Líquido	250 mL	x		x	Não	38,00	0,15	26,26 - 49,90	90,02	
	A6-03	Sólido	70 g	x		x	Não	38,00	0,54	36,10	0,00	
	A6-04	Sólido	70 g	x		x	Não	38,00	0,54	36,10	0,00	
	A6-05	Sólido	70 g	x		x	Não	38,00	0,54	38,00	0,00	
C1	C1-01	Líquido	240 mL	x	x	x	IBD Ingredientes Naturais	55,90	0,23	45,50 - 70,64	55,25	46.46-0-01
	C1-02	Sólido	100 g	x	x	x	IBD Ingredientes Naturais	28,90	0,29	25,90 - 44,90	73,36	
	C1-03	Sólido	100 g	x	x	x	IBD Ingredientes Naturais	24,90	0,25	22,90 - 37,53	63,89	
	C1-04	Líquido	240 mL	x	x	x	IBD Ingredientes Naturais	56,90	0,24	41,60 - 58,00	39,42	

	C1-05	Sólido	100 g	x	x	x	IBD Ingredientes Naturais	29,90	0,30	26,90 - 42,00	56,13	
	C1-06	Líquido	240 mL	x	x	x	IBD Ingredientes Naturais	59,90	0,25	47,90 - 73,08	52,57	
	C1-07	Líquido	300 g	x	x	x	IBD Ingredientes Naturais	49,90	0,17	48,90 - 70,86	44,91	
D1	D1-01	Sólido	85 g	x		x	Não	39,90	0,47	39,90	0,00	47.72-5-00
	D1-02	Sólido	85 g	x		x	Não	39,90	0,47	39,90	0,00	
	D1-03	Sólido	85 g	x		x	Não	39,90	0,47	39,90	0,00	
E1	E1-01	Sólido	100 g	x		x	Não	48,00	0,48	47,70 - 49,96	4,74	20.63-1-00
	E1-02	Sólido	100 g	x		x	Não	53,30	0,53	58,80	0,00	
	E1-03	Sólido	100 g	x		x	Não	53,30	0,53	53,30	0,00	

H1	H1-01	Líquido	250 mL	x	x	x	IBD Ingredientes Naturais, Certificado de Orgânico IBD, Origem Natural IBD, Produto Orgânico Brasil	49,00	0,20	39,90 - 56,68	0,00	47.72-5-00
	H1-02	Líquido	250 mL	x	x	x	IBD Ingredientes Naturais, Certificado de Orgânico IBD, Origem Natural IBD, Produto Orgânico Brasil	49,00	0,20	37,90 - 56,67	49,53	
	H1-03	Sólido	100 g	x	x	x	IBD Ingredientes Naturais, Certificado de Orgânico IBD, Origem Natural IBD, Produto Orgânico Brasil	30,00	0,30	24,30 - 38,66	59,09	

	H1-04	Sólido	100 g	x	x	x	IBD Ingredientes Naturais, Certificado de Orgânico IBD, Origem Natural IBD, Produto Orgânico Brasil	32,00	0,32	27,98 - 40,14	43,46	
J1	J1-01	Sólido	95 g	x		x	Não	25,00	0,26	14,40 - 28,80	100,00	46.46-0-01
	J1-02	Sólido	95 g	x		x	Não	25,00	0,26	28,80	0,00	
	J1-03	Sólido	95 g	x		x	Não	25,00	0,26	19,90 - 28,00	40,7	
	J1-04	Sólido	40 g	x		x	Não	12,00	0,30	12,00	0,00	
K1	K1-01	Sólido	80 g	x	x	x	Não	38,50	0,48	41,67	0,00	
L1	L1-01	Líquido	240 mL	x		x	Não	64,90	0,27	43,49 - 66,39	52,66	47.71-7-02
	L1-02	Líquido	240 mL	x		x	Não	69,90	0,29	69,90	0,00	
	L1-03	Líquido	240 mL	x		x	Não	64,90	0,27	64,90	0,00	

	L1-04	Líquido	240 mL	x		x	Não	64,90	0,27	59,90 - 66,39	10,83	
	L1-05	Líquido	240 mL	x		x	Não	64,90	0,27	64,90	0,00	
	L1-06	Líquido	240 mL	x		x	Não	64,90	0,27	64,90	0,00	
	L1-07	Líquido	240 mL	x		x	Não	64,90	0,27	43,99 - 74,90	70,27	
	L1-08	Líquido	100 mL	x		x	Não	39,90	0,40	37,90	0,00	
L2	L2-01	Líquido	240 mL	x		x	IBD Ingredientes Naturais	50,90	0,21	36,29 - 52,50	44,67	20.63-1-00
	L2-02	Líquido	120 mL	x		x	IBD Ingredientes Naturais	36,30	0,30	24,35 - 43,00	76,59	
N1	N1-01	Líquido	250 mL	x		x	Não	41,15	0,16	41,15	0,00	47.12-1-00
N2	N2-01	Sólido	65 g	x		x	Não	36,90	0,57	34,90 - 36,90	5,73	47.72-5-00
	N2-02	Sólido	65 g	x		x	Não	36,90	0,57	34,90 - 36,90	5,73	
O1	O1-01	Líquido	237 mL	x		x	Não	39,90	0,17	21,75 - 46,46	113,61	20.63-1-00

O2	O2-01	Sólido	100 g	x	x	x	Não	18,00	0,18	18,00	0,00	47.72-5-00
P1	P1-01	Líquido	240 mL	x		x	Não	69,00	0,29	69,00	0,00	46.46-0-01
	P1-02	Sólido	100 g	x		x	Não	41,00	0,41	41,00	0,00	
P2	P2-01	Líquido	300 mL	x		x	Não	42,29	0,14	37,00	0,00	46.46-0-01
	P2-02	Líquido	300 mL	x		x	Não	42,29	0,14	42,29	0,00	
	P2-03	Líquido	300 mL	x		x	Não	42,29	0,14	44,64	0,00	
	P2-04	Líquido	300 mL	x		x	Não	42,29	0,14	38,27 - 44,99	17,56	
P3	P3-01	Líquido	250 mL	x	x	x	Não	39,00	0,16	39,00	0,00	20.63-1-00
	P3-02	Líquido	250 mL	x	x	x	Não	39,00	0,16	36,90	0,00	
P4	P4-01	Líquido	250 mL	x		x	Não	69,97	0,28	59,99 - 70,00	16,69	46.46-0-01
R1	R1-01	Líquido	240 mL	x		x	Não	33,90	0,14	31,15 - 33,90	8,83	20.63-1-00
	R1-02	Líquido	240 mL	x		x	Não	33,90	0,14	30,90	0,00	

	R1-03	Liquido	250 mL	x		x	Não	31,80	0,13	29,97 - 31,80	6,11			
	R1-04	Liquido	250 mL	x		x	Não	33,90	0,14	32,00 - 33,90	5,94			
	R1-05	Liquido	250 mL	x		x	Não	31,80	0,13	28,90	0,00			
	R1-06	Liquido	240 mL	x		x	Não	33,90	0,14	33,90	0,00			
	R1-07	Liquido	240 mL	x		x	Não	33,90	0,14	33,90	0,00			
	R1-08	Liquido	250 mL	x		x	Não	18,90	0,08	18,90	0,00			
	R1-09	Liquido	250 mL	x		x	Não	31,80	0,13	29,20 - 31,80	8,90			
	R1-10	Liquido	250 mL	x		x	Não	31,80	0,13	28,90 - 31,80	10,03			
	R1-11	Liquido	500 mL	x		x	Não	32,90	0,07	32,90	0,00			
	R1-12	Liquido	250 mL	x		x	Não	31,80	0,13	28,90 - 31,85	10,21			
	S1	S1-01	Liquido	300 mL	x		x	Não	20,70	0,07	19,50 - 21,99		12,77	46.46-0-01
		S1-02	Liquido	300 mL	x		x	Não	20,70	0,07	19,50 - 21,99		12,77	

	S1-03	Líquido	300 mL	x		x	Não	19,99	0,07	19,99	0,00	
	S1-04	Líquido	300 mL	x		x	Não	19,99	0,07	19,99	0,00	
	S1-05	Líquido	300 mL	x		x	Não	19,50	0,07	18,52	0,00	
	S1-06	Líquido	300 mL	x		x	Não	15,99	0,05	12,49 - 19,50	56,12	
	S1-07	Líquido	200 mL	x		x	Não	26,00	0,13	25,18 - 29,90	18,75	
S2	S2-01	Líquido	250 mL	x		x	Ecocert /COSMOS Certificado de Orgânico	78,00	0,31	59,28 - 78,00	31,58	20.63-1-00
	S2-02	Líquido	250 mL	x		x	Ecocert /COSMOS Certificado de Orgânico	125,00	0,50	83,12 - 125,00	50,38	
T1	T2-01	Sólido	52 g	x		x	Não	32,50	0,63	32,50	0,00	20.63-1-00
	T2-02	Sólido	52 g	x			Não	32,50	0,63	32,50	0,00	
	T2-03	Sólido	52 g	x		x	Não	32,50	0,63	32,50	0,00	

T2	T2-01	Líquido	250 g	x		x	Não	38,00	0,15	34,56 - 41,20	19,21	46.46-0-01
	T2-02	Líquido	250 g	x		x	Não	38,00	0,15	25,00 - 45,00	80,00	
	T2-03	Líquido	250 g	x		x	Não	38,00	0,15	33,99 - 39,57	16,42	
	T2-04	Líquido	250 g	x		x	Não	38,00	0,15	38,00	0,00	
U1	U1-01	Sólido	90 g	x		x	Não	23,90	0,27	21,50 - 32,30	50,23	20.63-1-00
	U1-02	Sólido	90 g	x		x	Não	28,90	0,32	21,50	0	
	U1-03	Sólido	90 g	x		x	Não	24,60	0,27	24,60 - 32,30	31,30	
	U1-04	Sólido	90 g	x		x	Não	24,10	0,27	24,60 - 32,96	33,98	
	U1-05	Sólido	90 g	x		x	Não	24,60	0,27	12,00	0,00	
	U1-06	Sólido	90 g	x		x	Não	23,90	0,27	21,50 - 23,88	11,07	
	U1-07	Sólido	90 g	x		x	Não	24,60	0,27	12,00 - 24,60	105	
	U1-08	Sólido	90 g	x		x	Não	29,10	0,32	12,00 - 29,50	145,83	

	U1-09	Líquido	230 g	x		x	Não	35,20	0,15	33,44	0,00	
	U1-10	Líquido	230 g	x		x	Não	37,20	0,16	25,70 - 45,10	75,49	
	U1-11	Líquido	230 g	x		x	Não	35,20	0,15	36,20	0,00	
	U1-12	Líquido	230 g	x		x	Não	32,20	0,14	35,34	0,00	
	U1-13	Sólido	90 g	x		x	Não	28,50	0,32	28,50	0,00	
	U1-14	Sólido	90 g	x		x	Não	26,00	0,29	25,98	0,00	
V1	V1-01	Líquido	200 mL	x		x	Não	48,90	0,24	43,90 - 48,90	11,39	46.46-0-02
	V1-02	Líquido	200 mL	x		x	Não	44,90	0,22	37,90 - 40,90	7,92	

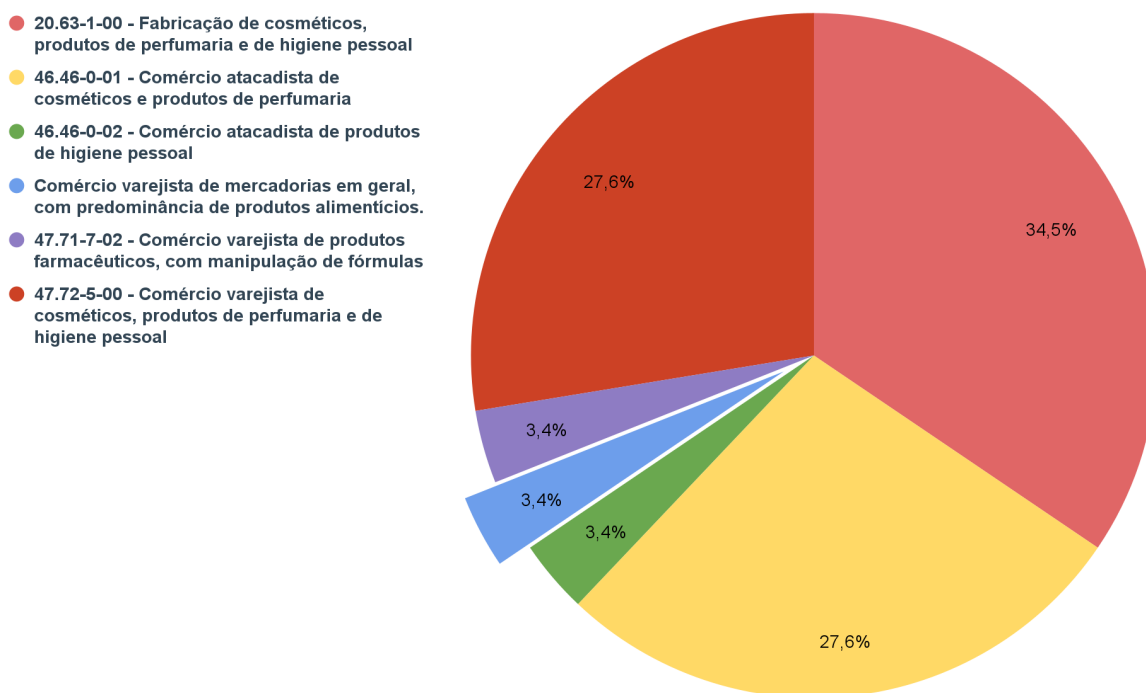


Figura 1. Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) principal das marcas estudadas de shampoo com apelo natural ou orgânico produzidos e comercializados no Brasil.

Entre as vinte e nove marcas estudadas, apenas seis (20,7%) possuem shampoos certificados (Tabela 2). Esse dado pode ser reflexo de um processo de certificação complexo e custoso, inacessível, principalmente para empresas menores. Outro fator é a restrição de ingredientes existente para os cosméticos naturais e orgânicos, observada pelas certificadoras, que limita as opções de matérias-primas que podem ser utilizadas. Essa limitação de ingredientes permitidos, associada ao desempenho diferente quando comparados aos ingredientes sintéticos, dificulta a estabilização das formulações e torna mais difícil o processo de desenvolvimento de novos produtos naturais e orgânicos, podendo inclusive prejudicar o seu desempenho final (2). Ainda, os custos das matérias-primas de origem natural ou orgânica normalmente são maiores que os das sintéticas, o que aumenta o custo de fabricação e pode elevar o preço de cosméticos naturais ou orgânicos (17).

Os fatores apresentados, somados a ausência de uma legislação específica no Brasil, contribui para a prática do “*green wash*” por algumas marcas, que vendem seus produtos com apelo ao natural ou orgânico mesmo que não cumpram com as especificações desejadas. Infelizmente, nesse cenário o consumidor pode se sentir perdido, e acabar por pagar mais ao adquirir um produto com falsas promessas de sustentabilidade, origem natural ou procedência da agricultura orgânica.

3.2 Os shampoos naturais e orgânicos produzidos no Brasil

As marcas incluídas neste estudo, em conjunto, comercializam um total de cento e doze shampoos que, de alguma forma, carregam o apelo ao natural, sendo que dezesseis (14,3%) também apresentam o apelo ao orgânico. Embora esta avaliação não tenha sido objetivo do trabalho, observou-se que 99,1% dos shampoos estudados são declarados como veganos pelos fabricantes (Tabela 2). De todas as marcas identificadas, apenas uma não declara seus shampoos como veganos. Quando questionada sobre esse fato, a marca afirmou que apenas um dos seus shampoos não é vegano, pois contém em sua formulação um pigmento carmim obtido de cochonilha, o inseto *Dactylopius coccus*.

Considerando os cento e doze shampoos estudados, apenas vinte e dois (19,6%) apresentam algum tipo de certificação. Dentre eles, três (2,7%) são orgânicos, segundo a Ecocert; dezenove (16,9%) são naturais, segundo o IBD; e quatro (3,6%) são orgânicos, segundo o IBD (Tabela 2).

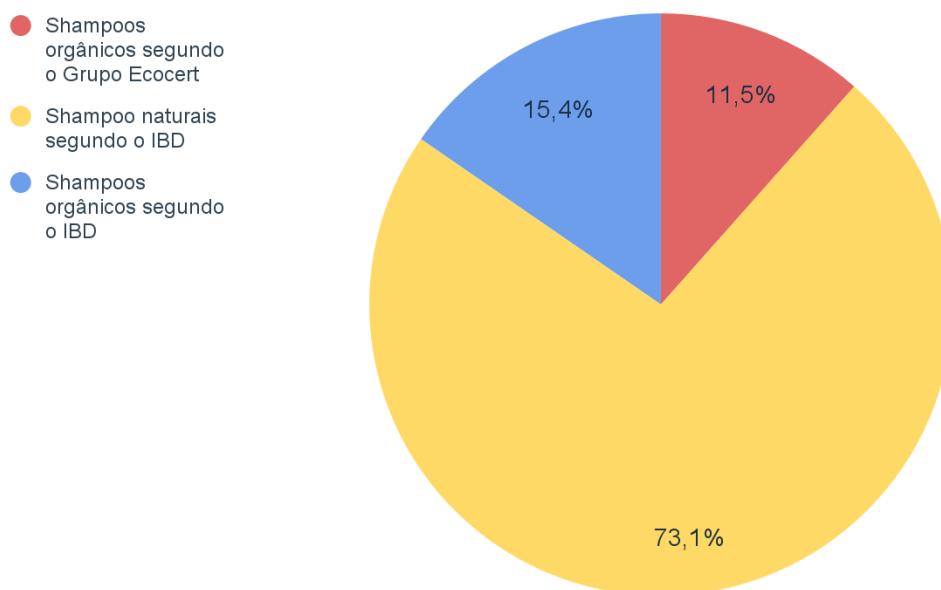


Figura 2. Shampoos com apelo natural ou orgânico certificados pelo Grupo Ecocert e pelo IBD.

Outra informação interessante é a forma de apresentação dos shampoos naturais ou orgânicos estudados: entre os cento e doze, setenta (62,5%) apresentam-se como formulações líquidas, enquanto quarenta e dois (37,5%) são sólidas, em barra. Dos vinte e dois shampoos certificados, dezesseis (72,7%) são líquidos e seis (27,3%) são sólidos. Apesar da predominância da tradicional apresentação líquida, é inegável que os shampoos em barra têm se tornado cada vez mais populares, ainda mais dentro do mercado de produtos naturais e orgânicos. Uma justificativa é a possível redução de elementos considerados nocivos e ingredientes sintéticos em sua composição, o que pode fazer com que os shampoos sólidos sejam menos agressivos aos fios e couro cabeludo e, também, ao meio ambiente (18). Uma diferença entre os dois tipos de formulações é que as sólidas não utilizam água como veículo na sua composição, o que as torna mais concentradas e compactas, facilitando o transporte do produto, além de possibilitar o uso de embalagens mais sustentáveis (19).

Foi realizada também uma análise dos preços dos shampoos com apelo ao natural ou orgânico estudados, vendidos por diferentes estabelecimentos comerciais na internet. Os valores por unidade de produto variaram entre R\$ 12,00 e R\$ 125,00. Para possibilitar a comparação entre os produtos, calculou-se o valor (R\$) por g ou

mL de cada shampoo, considerando-se o preço anunciado na loja virtual da marca fabricante (Tabela 2). Como pode-se observar na Figura 2, a maioria dos shampoos apresentou preço de R\$ 0,20 a R\$ 0,30 por g ou mL de produto. Quando considerados todos os produtos analisados, o preço médio por g ou mL foi de R\$ 0,26. Quando analisados separadamente, o preço médio dos shampoos não certificados foi de R\$ 0,27 por g ou mL e dos certificados foi de R\$ 0,24 por g ou mL. Esse resultado foi surpreendente, uma vez que se esperava encontrar um valor mais elevado para os shampoos certificados.

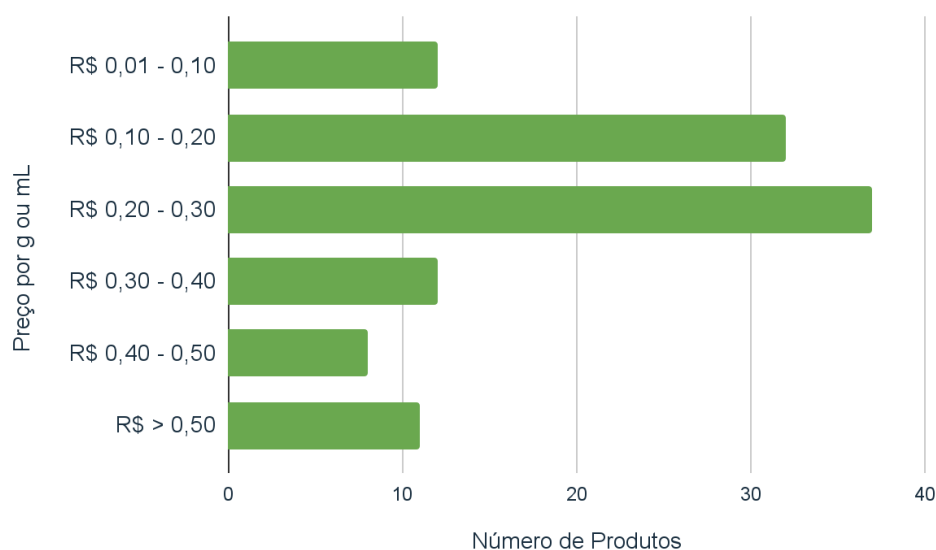


Figura 3. Preço por g ou mL dos shampoos com apelo natural ou orgânico produzidos e comercializados no Brasil.

Por fim, investigou-se a variação do preço de cada shampoo no Google Shopping (Figura 4). Em metade dos casos o valor cobrado pelos shampoos variou pouco (até 10%), mas a outra metade apresentou grandes variações, algumas vezes superiores a 100%. Dessa forma, é importante que o consumidor pesquise bastante, não apenas para decidir qual shampoo melhor se adequa às suas necessidades e estilo de vida, mas também onde adquirir esse produto. A loja virtual da marca é sempre uma boa opção, mas podem ser encontrados outros sites seguros com preços promocionais em uma pesquisa rápida na internet. Cabe destacar que é

necessário ter alguns cuidados ao comprar pela internet, como buscar informações sobre a idoneidade do site (20).

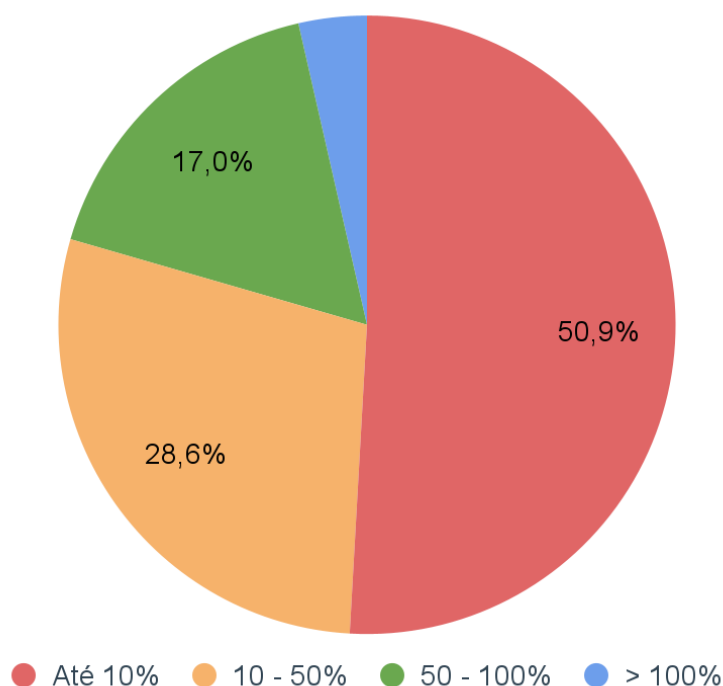


Figura 4. Variação de preço (%) no Google Shopping dos shampoos com apelo ao natural ou orgânico produzidos e comercializados no Brasil.

É importante destacar que não foi realizada, neste trabalho, a análise da composição dos shampoos com apelo ao natural ou orgânico estudados. Além de não ser objetivo do trabalho, uma análise completa seria inviável, uma vez que os fabricantes devem declarar, no rótulo, os ingredientes presentes em cada produto, mas não as concentrações utilizadas. Dessa forma, as autoras deste trabalho não teriam acesso a todas as informações necessárias para analisar os produtos apresentados na Tabela 2, segundo os critérios apontados na Tabela 1. Isso significa dizer que os produtos não certificados listados na Tabela 2, mesmo declarando apelo ao natural ou orgânico em seu rótulo e/ou site oficial da marca, podem ou não atender às especificações esperadas quanto à origem natural das matérias-primas e procedência ou não da agricultura orgânica.

Outro aspecto que precisa ser lembrado é que a certificação dos produtos como natural ou orgânico não é obrigatória. Essa é uma estratégia que a marca

pode utilizar para aumentar a confiabilidade do consumidor em seu produto, assegurando a origem e a procedência dos ingredientes, bem como a adoção de processos mais sustentáveis, por meio da obtenção de selos emitidos pelas certificadoras. No entanto, outras estratégias, diferentes da certificação, podem ser adotadas pelas marcas, visando gerar uma relação de confiança com os seus clientes, o que costuma ser valorizado pelos consumidores no mercado de cosméticos naturais e orgânicos. Além disso, uma iniciativa que os consumidores podem adotar é entrar em contato com as marcas através dos seus canais de comunicação com o cliente, sempre que tiverem dúvidas sobre os produtos.

Por fim, a partir do panorama apresentado, espera-se poder contribuir para o melhor entendimento dos consumidores brasileiros sobre os shampoos naturais e orgânicos produzidos e comercializados no Brasil, para que tenham maior conhecimento e facilidade no momento da decisão de compra. Espera-se também chamar a atenção dos consumidores, fabricantes e agências reguladoras para a importância de discutir-se a regulamentação dos cosméticos naturais e orgânicos no Brasil, dando a devida atenção ao PL 8449/2017, que prevê a regulamentação dos cosméticos orgânicos no país, mas também ampliando a discussão de forma a englobar os cosméticos naturais.

4 CONCLUSÃO

Depois de analisar o mercado nacional de shampoos com apelo ao natural ou orgânico, produzidos e comercializados via internet, por marcas de cosméticos brasileiras, observou-se que a minoria desses produtos, em torno de 21%, apresenta selo(s) emitido(s) por certificadora e, surpreendentemente, constatou-se que os produtos certificados apresentaram menor preço médio por g ou mL. Verificou-se também uma variação significativa no preço dos produtos entre as lojas virtuais.

Uma opinião das autoras deste trabalho é que seria importante o Brasil regulamentar os cosméticos naturais e orgânicos. Assim, o consumidor teria segurança na hora de obter um produto natural ou orgânico, reduzindo o risco de adquirir produtos baseados em “*green wash*”.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Grand View Research. **Vegan Cosmetics Market Size Worth \$20.8 Billion By 2025 | CAGR 6.3%**. On-line. Disponível em: <https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-vegan-cosmetics-market>. Acesso em: 21/04/2021.
2. FLOR, Juliana; MANZIN, Mariana; FERREIRA, Lara. **Cosméticos Naturais, Orgânicos e Veganos**. *Cosmetics & Toiletries*, [s. l.], 2019. Disponível em: https://www.cosmeticsonline.com.br/ct/painel/class/artigos/uploads/f1fdc-CT313_32-38.pdf. Acesso em: 20/04/2021.
3. MADUREIRA, Bruna; NETO, Carlos; MACHADO, Ana; SILVA, Vânia. **Fundamentos da Cosmetologia - Shampoos e Condicionadores**. , [s. l.], 2014. Disponível em: <https://cosmetoguia.com.br/article/read/area/IND/id/489/>. Acesso em: 07/05/2021.
4. Câmara dos Deputados. **PL 8449/2017**. On-line. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=215016>. Acesso em: 10/05/2021.
5. **Lei nº6.360, 23 de setembro de 1976**. On-line. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6360.htm. Acesso em 20/04/2021.
6. **Ecocert Group**. On-line. Disponível em: <https://www.ecocert.com.br/>. Acesso em: 20/04/2021.
7. **IBD Certificações**. On-line. Disponível em: <https://www.ibd.com.br/>. Acesso em: 20/04/2021.
8. ISO 16128-2:2017. **Cosmetics guidelines on technical definitions and criteria for natural and organic cosmetic ingredients**. On-line. Disponível em: <https://www.iso.org/standard/65197.html>. Acesso em 20/04/2021.
9. **Produtos Cosméticos Naturais e Orgânicos**. [S. l.], 9 jul. 2021. Disponível em: <https://criticalcatalyst.com/pt/produtos-cosmeticos-naturais-e-organicos/>. Acesso em: 09/09/2021.

10. **Receita Federal.** [S. l.], 2021. Disponível em: https://servicos.receita.fazenda.gov.br/servicos/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.asp. Acesso em: 31/07/2021.

11. **Google Shopping.** On-line. Disponível em: <https://www.google.com/shopping?hl=pt-BR>. Acesso em: 20/06/2021.

12. 11. Ecocert Group. **Cosméticos orgânicos, naturais e veganos: Qual a Diferença?**. On-line. Disponível em: <https://www.ecocert.com.br/cosmeticos-organicos-naturais-ou-veganos-qual-a-diferenca/>. Acesso em 07/05/2021.

13. **Comparativo de Normas para Cosméticos IBD - Ecocert.** [S. l.], 2007. Disponível em: https://www.organicsnet.com.br/site/wp-content/uploads/ibd_ecocert_comparativo_cosmeticos.pdf. Acesso em: 10/09/2021.

14. GOULART, Charles; **CNAE: O que é? Como consultar? Como se enquadrar no Simples Nacional?**. [S. l.], 22 jul. 2021. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/o-que-e-cnae/>. Acesso em: 10/08/2021.

15. MENDONÇA, Estela; **TERCEIRIZAÇÃO ganha protagonismo no mercado cosmético.** [S. l.], 29 jun. 2019. Disponível em: <https://cosmeticinnovation.com.br/terceirizacao-ganha-protagonismo-no-mercado-cosmetico/>. Acesso em: 13/08/2021.

16. BARROS, Cleber; **O Segmento de terceirização de produtos cosméticos.** [S. l.], 17 jun. 2020. Disponível em: <https://cleberbarros.com.br/terceirizacao-de-produtos-cosmeticos/>. Acesso em: 13/08/2021.

17. Prospector. **The challenge of natural cosmetics.** On-line. Disponível em: <https://knowledge.ulprospector.com/5138/pcc-challenge-natural-cosmetics/>. Acesso em: 23/04/2021.

18. MAZZOLENIS, Lucas; **XAMPUS sólidos: a tendência sustentável que tem ganhado o mercado.** [S. l.], 10 jan. 2020. Disponível em: <https://ecomondobrasil.com.br/xampus-solidos-tendencia-sustentavel-que-tem-ganhado-o-mercado/>. Acesso em: 16/08/2021.

19. ÁVILA REIS, Nilton; **SHAMPOOS sólidos: usos e limitações para os cabelos.** [S. l.], 2021. Disponível em: <https://clinicadoppio.com.br/shampoo-em-barra-beneficios-e-riscos/>. Acesso em: 17/08/2021.

20. PROCON: **Quais os cuidados necessários para as compras via Internet?** [S. l.], 2021. Disponível em: <http://www.procon.al.gov.br/duvidas-frequentes/quais-os-cuidados-necessarios-para-as-compras-via-internet>. Acesso em: 18/08/ 2021.