



A reinvenção da indústria cosmética

Entrevista com Vinicius Bim

Especialista de Inovação para Personal Care na BASF



Olá! Como vai? Este é um tema inédito no ConnectTime. Você vai entender como a tecnologia está mudando a indústria de cosméticos e o papel dos consumidores nesse processo. E, olha, tem muito insight que você pode aproveitar no seu negócio. O nosso convidado é o Vinicius Bim, Especialista de Inovação da BASF na área de Personal Care. Seja bem-vindo! Muito obrigado(a) pela participação.

Inovação e sustentabilidade: não dá para falar em cosméticos hoje em dia sem essas duas palavras. A indústria passa por uma revolução para endereçar os desafios do planeta e as novas demandas do público. Vinicius, como a tecnologia está transformando este setor para produções mais sustentáveis?

A BASF trabalha há décadas com desenvolvimento e ofertas de tecnologias sustentáveis para o mercado cosmético. Muito antes de o tema vir à tona, transformando-se em uma tendência de mercado. Desenvolvemos soluções para as mais diversas aplicações e, pensando sobre o tema de produções mais sustentáveis, podemos tomar como exemplo as várias tecnologias que permitem fabricar produtos. Uso de agentes perolizantes a frio, permitindo fabricar um shampoo sem necessidade de aquecimento. Utilização de sistemas emulsionantes e dispersões poliméricas que podem substituir tecnologias mais antigas e que precisavam ser aquecidas até cerca de 70°C para produzir um creme hidratante, por exemplo.

Imagina a economia de energia e tempo de operação para aquecer e resfriar 5, 10, 20 toneladas de um produto cosmético... estes são apenas alguns exemplos clássicos, pensando em processos produtivos... sem contar a questão de fontes de matérias-primas.



As novidades da BASF para você se atualizar onde e quando quiser.

As startups desempenham um papel importante nesta área. Tem empresa que já utiliza inteligência artificial para descobrir os melhores ingredientes dos produtos, por exemplo. O que você destaca de soluções surgidas aqui no Brasil recentemente?

Temos visto uma série de startups surgirem no ecossistema brasileiro de inovação, mas a maior parte delas aparentemente se concentra na prospecção e desenvolvimento de novos produtos. Existem alguns polos de inovação bastante interessantes, como o Arranjo Promotor de Inovação em Nanotecnologia de Florianópolis, agências relacionadas às universidades, como AUSPIN, da Universidade de São Paulo, ou ainda a Inova, dentro da Unicamp em Campinas. Trabalhar mais próximo das startups é uma maneira de levarmos cada vez mais inovação às nossas soluções. Recentemente, fizemos a mudança do nosso laboratório de aplicação e o trouxemos para São Paulo, em nosso centro de inovação e tecnologia. Assim, conseguimos estar mais perto desse movimento e cocriar com nossos parceiros.

Na BASF também utilizamos a inteligência artificial há bastante tempo, inclusive propiciando ferramentas aos nossos clientes que também utilizam a inteligência artificial sem se dar conta disso. Estamos comemorando em 2019 20 anos do lançamento de uma ferramenta digital de livre acesso na internet, na qual formuladores do mundo todo podem simular formulações de protetores solares sem a necessidade de gastar tempo na bancada, preparando as fórmulas e fazendo testes.



A preocupação com sustentabilidade dos produtos tem crescido entre os consumidores. Cada vez mais pessoas pesquisam sobre o assunto e buscam cosméticos com menor impacto na cadeia. Como a indústria responde a essa demanda?

Definitivamente monitorando esses consumidores e acelerando a adoção de novas tecnologias.

O impacto das redes sociais multiplicado pela conscientização muito maior das novas gerações de consumidores tem exigido das empresas posicionamento claro e compromisso com a sustentabilidade. Existem aplicativos na Europa, como Yuka ou Quechoisir, que avaliam rótulos e classificam produtos de acordo com parâmetros mais ou menos sustentáveis e as empresas sofrem significativo impacto em suas vendas.

O óleo de palma é utilizado para aplicações diversas, inclusive em cosméticos. Sua produção depende das florestas de palma, e há um grande movimento da indústria para que a exploração seja feita de forma responsável. Conte pra gente esta história interessante.

Podemos dizer que é recente a compreensão e a exigência dos consumidores sobre maior transparência na produção do óleo de palma, mas a BASF é membro oficial do RSPO desde 2004 (uma ONG global que congrega mais de 3.000 empresas de 7 setores que utilizam palma e seus derivados). Hoje temos 100% do portfólio de produtos certificados, já disponível para comercialização na América do Sul, isso significa que a fonte desses produtos é conhecida e seguimos processos produtivos sustentáveis, assim como estamos certos de que essas produções impactam positivamente as comunidades e regiões produtoras.

A cooperação entre os agentes envolvidos abre portas para o uso das matérias-primas sustentáveis. Qual a importância do ecossistema colaborativo neste setor?

A cooperação entre os agentes da cadeia é fundamental. As ONGs e associações, através de observação e monitoramento, desde o cultivo e manejo, passando pelas indústrias de matérias-primas que utilizam os subprodutos certificados e chegando às indústrias de produtos acabados com o consumo consciente destes materiais, acabam por solidificar a importância, a responsabilidade e o compromisso dessa cadeia para entregar produtos sustentáveis adequados aos consumidores finais.



Os consumidores definitivamente compraram a ideia dos cosméticos verdes. Eles são feitos a partir de matérias-primas naturais e seguem princípios de sustentabilidade e de proteção animal. Consultorias internacionais estimam que este mercado movimentará 22 bilhões de dólares até 2024. Tem também um outro nicho em ascensão: os cosméticos veganos. Como o Brasil está posicionado nessa área? E o que poderia ser feito para melhorar?

No Brasil temos visto surgir uma série de lançamentos para atender a essa demanda crescente por produtos veganos. Realizamos um estudo com a Spume, uma startup de estudos de comportamento humano através de big data, e chegamos a uma surpreendente conclusão de que o potencial de números de consumidores de produtos veganos e naturais seria similar ao número de consumidores de cerveja. É incrível pensar nisso, mas as pessoas, mesmo não veganas, acabam influenciadas por este tipo de posicionamento e seguem seus hábitos de consumo. Existe uma série de soluções aplicáveis a este tipo de produtos, pois na Europa os testes em animais foram banidos há vários anos e todos os lançamentos de novos produtos seguem este protocolo.



De forma geral, percebemos um grande esforço das empresas para se aproximar do mercado de bem-estar. Afinal, segundo a Fast Company, este é um setor de 4 trilhões de dólares. Quais são as tendências desta área daqui para frente, Vinicius?

As maiores tendências serão uma extensão e um aprofundamento daquilo que temos visto surgir nos últimos anos e que deve se intensificar. Eu destacaria alguns grandes blocos, como o crescente uso de tecnologia, seja pelo aumento expressivo do uso de realidade aumentada, como apps que sugerem novos produtos, seja através de dispositivos, como equipamentos que tratam a pele e o cabelo em casa ou customizam produtos nos pontos de venda e atendem ao anseio por customização. Uma busca muito forte por produtos éticos (que não utilizem produtos de origem ou testados em animais) e também naturais, aqueles de origem natural e orgânica. E, como terceiro grande bloco, são produtos comprometidos com o meio-ambiente, que não utilizem ingredientes que possuam impacto na vida marinha, por exemplo... como a discussão envolvendo os microplásticos que estamos vendo na Europa.

Esta foi a análise do Vinicius Bim, Especialista de Inovação da BASF na área de Personal Care. Agradecemos muito a sua participação no ConnectTime. Obrigada(a) por compartilhar o seu conhecimento com a gente.

Foi um prazer compartilhar com vocês um pouco daquilo que nossa equipe tem visto e tem oferecido ao mercado, e estamos totalmente disponíveis para auxiliar nossos clientes.

Continue ligado nos outros podcasts deste mês, com muitas novidades sobre inovação e sustentabilidade. Nós ficamos por aqui. Até mais.