



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS

BRUNA BINATTI CAJUELA
GUSTAVO DE AGUIAR GEMELLI
ÉDER VICENTE DO AMARAL

FITOCOSMÉTICOS: USO E ACEITAÇÃO

FERNANDÓPOLIS
2021

**BRUNA BINATTI CAJUELA
GUSTAVO DE AGUIAR GEMELLI
ÉDER VICENTE DO AMARAL**

FITOCOSMÉTICOS: USO E ACEITAÇÃO

Artigo científico apresentado à Banca Examinadora do Curso de Graduação em Farmácia da Fundação Educacional de Fernandópolis como exigência parcial para obtenção do título de bacharel em farmácia.

Orientador: Prof. Ms. Roney Eduardo Zaparoli

**FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS
FERNANDÓPOLIS – SP**

2021

FITOCOSMÉTICOS: USO E ACEITAÇÃO

PHYTOCOSMETICS: USE AND ACCEPTANCE

¹CAJUELA, Bruna Binatti; ¹GEMELLI, Gustavo de Aguiar; ¹AMARAL, Éder Vicente do; ²ZAPAROLI, Roney Eduardo.

E-mail: brunabinatti@hotmail.com gustavogemelli@hotmail.com e eder.vicente.amaral@gmail.com roney.zaparoli@fef.edu.br

ABSTRACT: Phytocosmetics is intended for the study and use of knowledge of the action of operating principles extracted from species from the plant kingdom, for the benefit of hygiene, aesthetics, straightening and sustaining a normal and healthy state of skin and hair. In phytocosmetics, plants and their derivatives are preferably considered according to their pharmacological consequences. With the use of plants in cosmetic products, organic cosmetics were developed, which are manufactured with substances that follow precepts of quality and sustainability, corresponding to strict certification standards. This work aims to identify the perception of cosmetic consumers regarding the use and acceptance of phytocosmetics. This study used the survey method, with descriptive procedures and a quantitative approach, with the application of a questionnaire. Finally, it is understood that the phytocosmetics market is expanding over time, its wide range of raw materials can be the target of more in-depth studies, in order to leverage existing results and make new discoveries to ensure a dominance of the trade. It was found that females use it more frequently, although both genders showed preference for phytocosmetics.

Keywords: Phytocosmetics; Plants; Cosmetics; Drugstore; Survey; Consumers' perception.

RESUMO: A fitocosmética se destina ao estudo e ao aproveitamento dos conhecimentos da ação dos princípios operacionais extraídos de espécies do reino vegetal, em proveito da higiene, da estética, do alinho e da sustentação de um estado normal e sadio da pele e cabelo. Em fitocosmética, as plantas e seus derivados são preferencialmente considerados de acordo com suas decorrências farmacológicas. Com o emprego das plantas nos produtos cosméticos, foram desenvolvidos os cosméticos orgânicos, que são fabricados com substâncias que seguem preceitos de qualidade e sustentabilidade, correspondendo às normas rígidas de certificação. Este trabalho tem, como objetivo, identificar a percepção dos consumidores de cosméticos quanto ao uso e aceitação dos fitocosméticos. O presente estudo teve como método o survey, com procedimentos descritivos e abordagem quantitativa, com aplicação de um questionário. Por fim, entende-se que o mercado de fitocosmético está se ampliando com o tempo, sua vasta gama de matérias primas podem ser alvo de

¹Acadêmico(a) do curso de Farmácia das Faculdades Integradas de Fernandópolis - FIFE, Fernandópolis-SP.

²Mestre em Ciências Farmacêuticas, orientador e professor do curso de Farmácia das Faculdades Integradas de Fernandópolis - FIFE, Fernandópolis-SP.

estudos mais aprofundados, com o intuito de potencializar os resultados existentes e realizar novas descobertas para assegurar um domínio do comércio. Foi constatado que o gênero feminino utiliza com mais frequência, embora ambos os gêneros demonstraram preferência aos fitocosméticos.

Palavras-chave: Fitocosméticos; Plantas; Cosméticos; Farmácia; Levantamento; Percepção de consumidores.

INTRODUÇÃO

Os fitocosméticos são cosméticos naturais que possuem em sua composição ricos componentes extraídos de plantas, ervas, minerais e gorduras, com o intuito de manter a beleza e o brilho da pele, cabelos e unhas, por exemplo. Segundo Brito (2009), o conhecimento sobre as virtudes das plantas pelo homem é muito primitivo. Acredita-se que iniciou pelos antigos Egípcios à medida que as necessidades básicas surgiam, por meio da casualidade, tentativas e observações, utilizando produtos facilmente encontrados na natureza como mel, óleos vegetais, essências e argilas (RIBEIRO, 2010).

Após ser compartilhado com os Romanos e Gregos, substâncias tóxicas foram acrescentadas, como chumbo e mercúrio, que futuramente, após estudos e melhoramentos, dariam início aos cosméticos industriais carregados de novas matérias primas como ureia, glicerina, variações de ácidos, esfoliantes, entre outros (RIBEIRO, 2010).

A indústria de cosméticos tem buscado continuamente fito ingredientes como componentes bioativos, com o objetivo de reduzir o uso das substâncias químicas na cosmetologia. Essas matérias-primas naturais são amplamente implementadas principalmente pelo alto volume de relatos de reações adversas provocadas por substâncias químicas (ÁLVAREZ; BAGUE, 2012).

O presente trabalho tem o intuito de trazer mais conhecimento sobre os fitocosméticos e comparar seu uso em relação aos cosméticos industriais, levantando questões quanto ao benefício dos produtos naturais para o organismo, sua biodiversidade e o impacto ambiental causado por eles.

Segundo Adediwura e colaboradores (2014), são conhecidos por fitocosméticos os cosméticos feitos a partir das plantas, ervas e minerais, considerados naturais pelas suas propriedades e pela ausência de químicas e produtos sintéticos na sua composição.

São produzidos com ingredientes capazes de formar uma base cosmética de ervas na sua forma bruta ou extrato, na qual um ou mais fitoterápicos promove seu uso ao curar doenças de pele, manter o brilho e a boa aparência (JOSHI; PAWAR, 2015).

É estimado que cerca de 10 mil ingredientes possuem as propriedades necessárias para serem utilizados na fabricação de produtos cosméticos. De acordo com Capanema e Palmeira (2007), entre eles estão presentes as plantas medicinais, frutas, óleos essenciais e extratos vegetais usados de base para linhas de cuidado com a pele, cabelo e banho.

O Brasil possui uma das floras mais ricas do mundo, sua biodiversidade abundante permite um maior desenvolvimento dessa área tecnológica, uma vez que ainda permanecem desconhecidas distintas espécies de vegetais e microrganismos que podem ser úteis para a melhoria dos produtos existentes. (SIMÕES; SCHENKEL, 2003; ISAAC, 2008).

Os princípios ativos usados servem de base para medicamentos fitoterápicos e na área dos cosméticos, todos com sua devida garantia de qualidade e efeitos comprovados por estudos, a padronização da sua composição e garantia de segurança quanto ao seu uso. As frutas e plantas são a base para a criação dos cosméticos em diversos produtos, como shampoos, cremes e sabonetes. Já os óleos vegetais são mais utilizados como emolientes, bases e hidratantes (CASTAÑO; CIFUENTES; RINCÓN, 2016).

Atualmente, a popularidade desses agentes conquista principalmente o público feminino pela sua gama de nutrientes fornecidos ao corpo, capazes de aumentar a saúde de quem o utiliza, com a garantia de pouco ou nenhum efeito colateral comparado aos produtos químicos sintéticos que muitas vezes podem ser tóxicos para o organismo. Entre suas vantagens se destaca as formulações hipoalergênicas, que são testadas e aprovadas por dermatologistas, possibilitando seu uso a qualquer hora

e qualquer lugar sem a preocupação de sentir qualquer reação indesejada (JOSHI; PAWAR, 2015).

Outra vantagem desse tipo de mercadoria é sua variedade de tons disponíveis, seu valor não tão alto que permite alcançar um público maior e o seu maior destaque: não são testados em animais. De acordo com Joshi e Pawar (2015), tais produções naturais são testadas por especialistas em laboratórios qualificados, utilizando equipamentos de última geração que avaliam a segurança e eficácia para o uso humano.

Entre os princípios ativos mais utilizados atualmente, pode-se citar: Óleo de coco, pois o mesmo é um potente hidratante e amaciante, o óleo de girassol por possuir um baixo custo, é usado a décadas nos cuidados de feridas na pele e dermatoses, graças as suas propriedades cicatrizantes, a aloe vera ou babosa, seu gel é capaz de curar, hidratar e suavizar a pele, possuindo efeitos calmante, cicatrizante, anestésico, antitérmico e anti-inflamatório e por fim a cenoura, que é recomendada como agente antienvhecimento, revitalizante e rejuvenescedor. (JOSHI; PAWAR, 2015).

MATERIAL E MÉTODOS

A seguir, será descrita a metodologia utilizada na pesquisa a fim de efetivar os objetivos gerais e específicos e responder à pergunta de pesquisa.

A pesquisa deste estudo classifica-se como explorativa Volpato (2015), pois busca investigar pessoas que fazem uso de qualquer tipo de cosméticos, procurando descrever a percepção desses consumidores quanto ao uso e aceitação dos fitocosméticos.

Nesta investigação, foi escolhido o levantamento (*survey*) como método de pesquisa, levando em consideração os objetivos a serem atingidos. A pesquisa teve como foco a população da cidade de Fernandópolis e o público-alvo foram pessoas que fazem uso de algum tipo de cosmético, constituindo a amostra do estudo.

Para adquirir as informações necessárias para o estudo, foi aplicado um questionário a respeito do tema proposto, junto às pessoas que fazem uso de qualquer

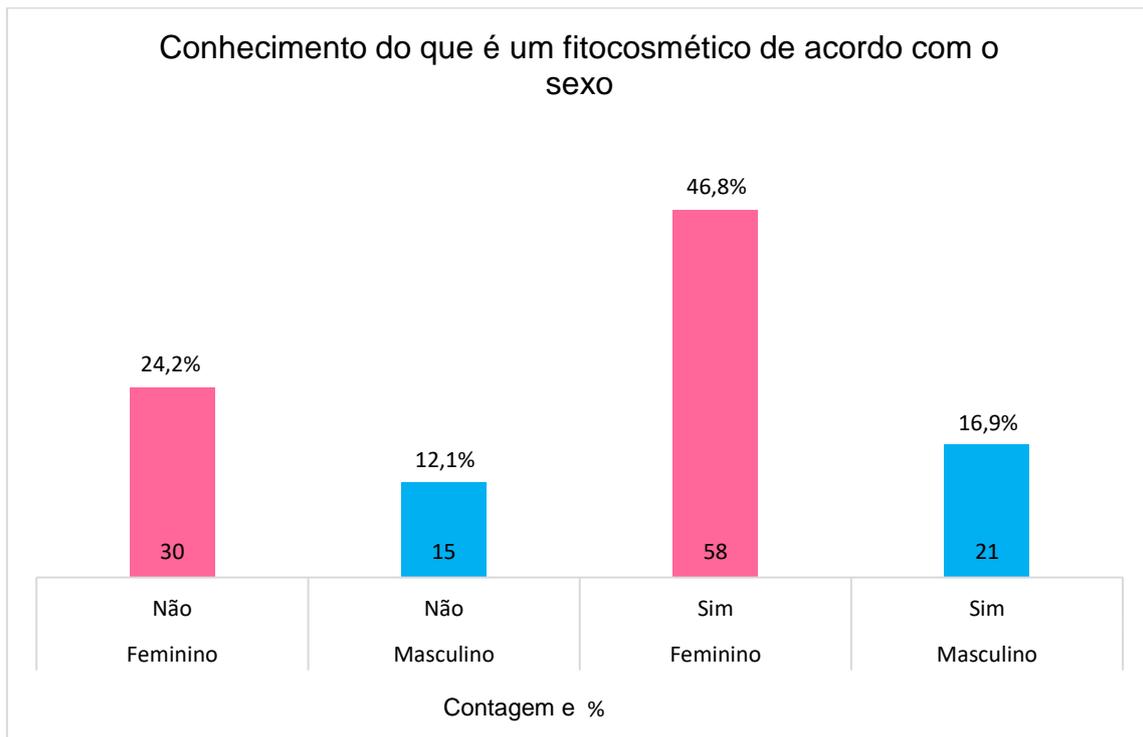
tipo de cosméticos. Além das questões relacionadas ao tema, foram realizadas perguntas para levantamento de gênero, idade, escolaridade e faixa de renda. Foram coletadas 124 respostas no período de 01/10/2021 a 30/10/2021.

Os dados foram analisados utilizando estatística descritiva básica, obtendo frequências absolutas e médias apresentadas em tabelas e gráficos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta sessão, serão apresentados os resultados obtidos na pesquisa e revisão da literatura que demonstram o conhecimento sobre fitocosméticos, seu uso e aceitação pelos entrevistados.

Gráfico 1

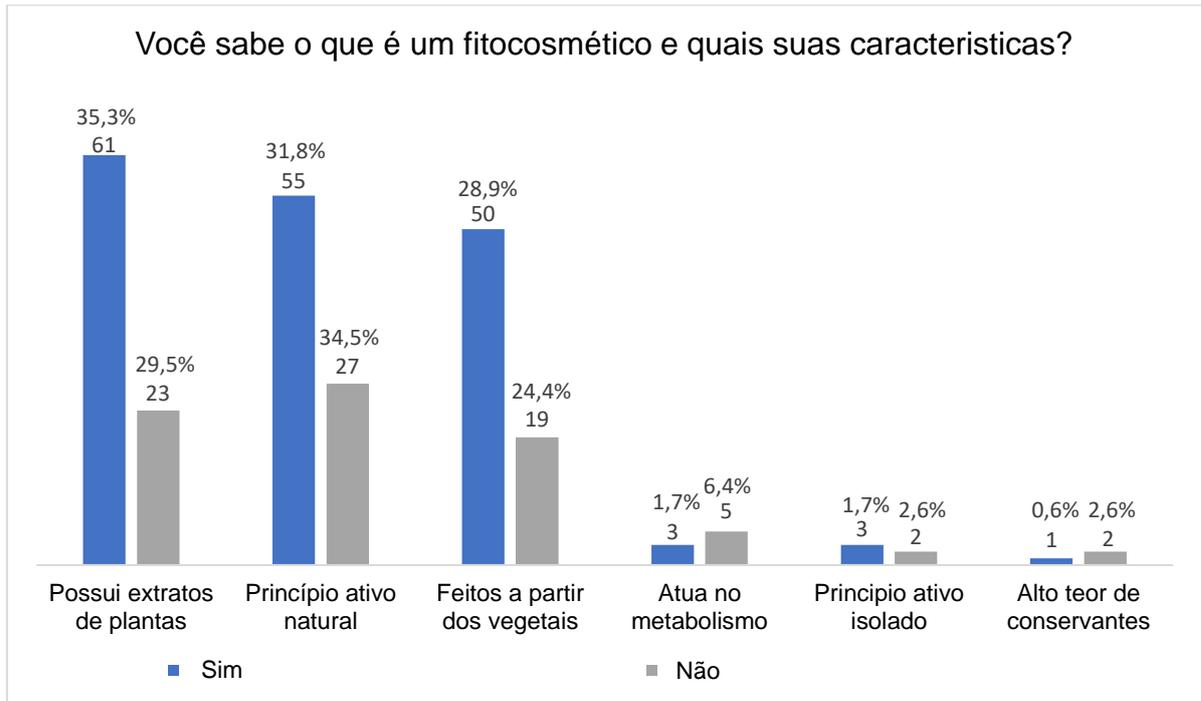


Fonte: Elaboração própria.

Neste presente estudo, 24,2% (30) dos respondentes do sexo feminino e 12,1% (15) do sexo masculino disseram que não tem conhecimento do que é um fitocosmético, seguido por 46,8% (58) respondentes do sexo feminino e 16,9% (21) do sexo masculino que afirmaram que tinham conhecimento do que é um fitocosmético. Destaca-se que o sexo feminino tem um maior conhecimento do que é

um fitocosmético. Na sequência, o Gráfico 2 analisa o grau de conhecimento dos respondentes.

Gráfico 2

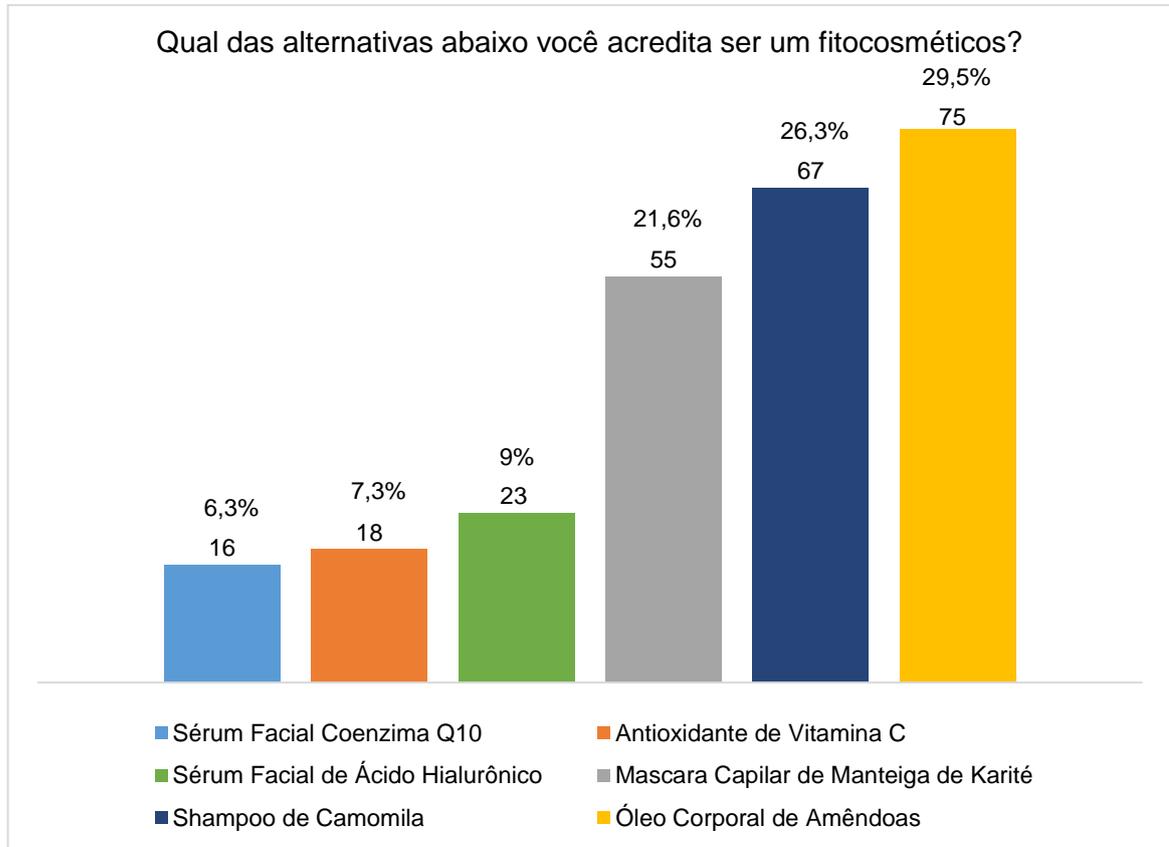


Fonte: Elaboração própria.

Quanto ao conhecimento do que é um fitocosmético e suas características, os respondentes poderiam marcar mais de uma resposta. Dos que afirmaram saber o que é um fitocosmético, 35,3% (61) associaram a um produto que possui extratos de plantas, 31,8% (55) a princípio ativo natural e 28,9% (50) a produtos feitos a partir dos vegetais. Atuação no metabolismo, princípio ativo isolado e alto teor de conservantes, ficou em 1,7% (3), 1,7% (3) e 0,6% (1) respectivamente.

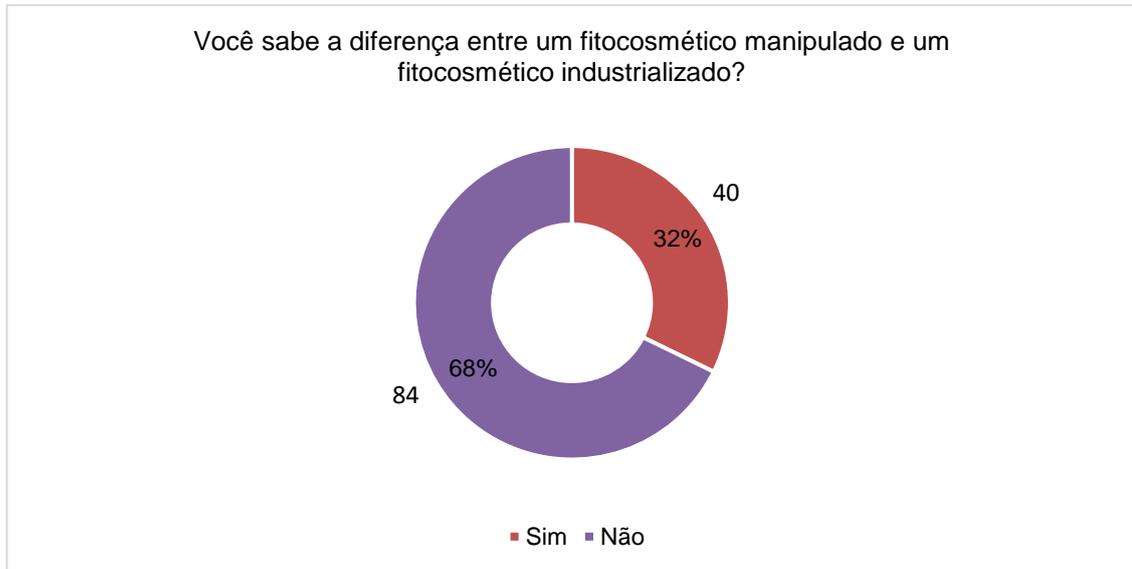
Do grupo que afirmou não saber o que é um fitocosmético, 29,5% (23) relacionaram a um produto que possui extratos de plantas, 34,5% (27) a princípio ativo natural e 24,4% (19) a produtos feitos a partir dos vegetais. Para atuação no metabolismo o resultado foi 6,4% (5), seguido 2,6% (2) princípio ativo isolado e 2,6% (2) alto teor de conservantes.

Gráfico 3

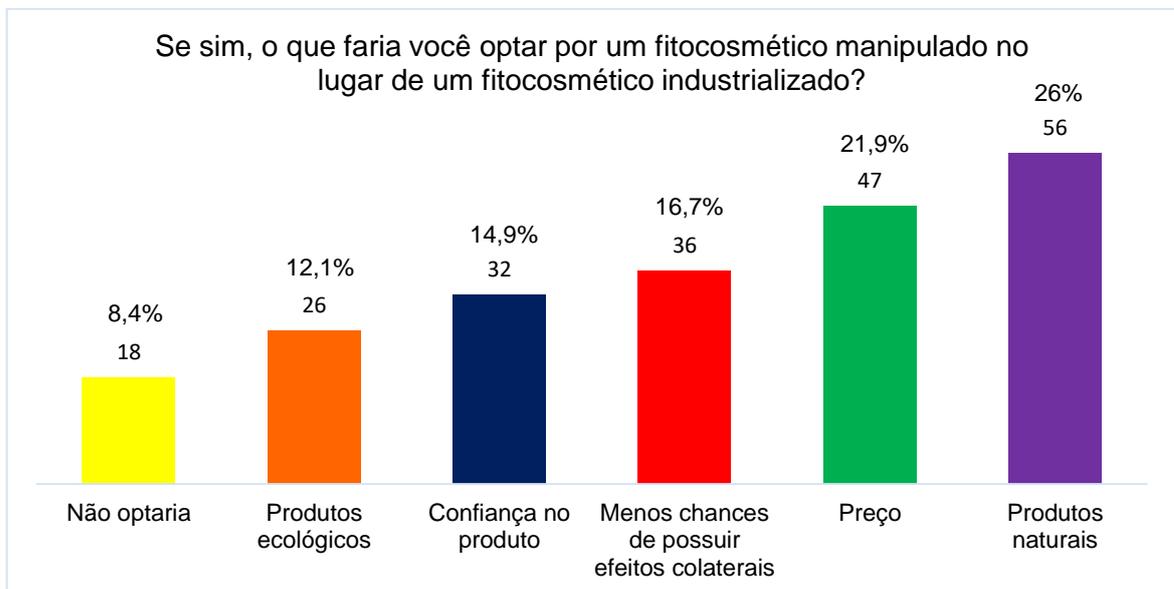


Fonte: Elaboração própria.

Analisando as respostas sobre qual das alternativas os respondentes acreditavam ser um fitocosmético, foram obtidas as seguintes respostas, sendo que cada participante poderia assinalar mais de uma resposta: 29,5% (75) acreditam ser Óleo Corporal de Amêndoas; 26,3% (67) pessoas acreditam ser Shampoo de Camomila; 21,6% (55) acreditam ser Mascara Capilar de Manteiga de Karité; 9% (23) disseram ser Sérum Facial de Ácido Hialurônico; 7,3% (18) optaram pelo Antioxidante de Vitamina C e 6,3% (16) escolheram Sérum Facial Coenzima Q10.

Gráfico 4

Fonte: Elaboração própria.

Gráfico 5

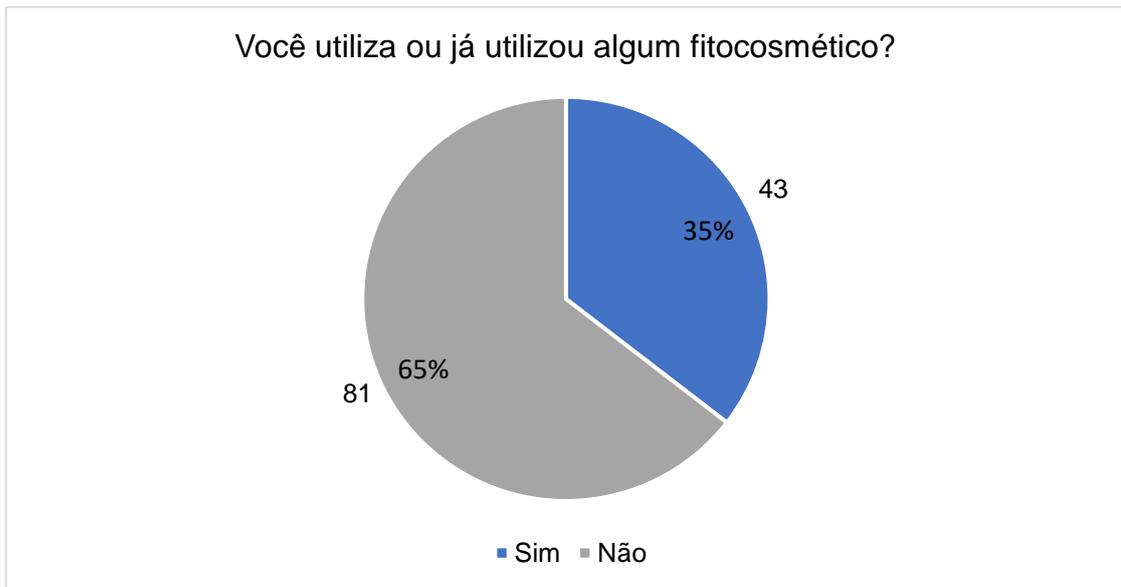
Fonte: Elaboração própria.

É possível verificar que 32% (40) respondentes disseram que sabem a diferença entre um fitocosmético manipulado e um fitocosmético industrializado, frente a 68% (84) respondentes que afirmaram não saber a diferença.

Quanto à opção de uso de um fitocosmético manipulado no lugar de um fitocosmético industrializado, 26% (56) dos entrevistados dão preferência a produtos naturais, 21,9% (47) deram ênfase ao preço como fator de escolha, 16,7% (36) por

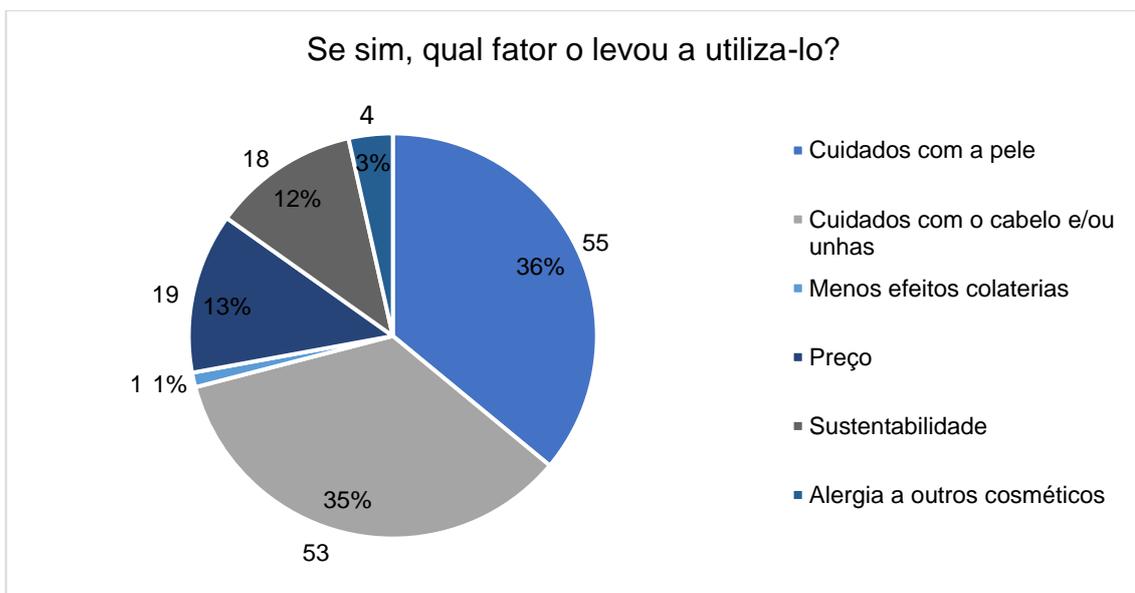
possuir menos chances de efeitos colaterais, 14,9% (32) fariam sua opção por confiança no produto e 12,1% (26) por serem produtos ecológicos. Somente 8,4% (18) respondentes não optariam por um produto manipulado. Vale ressaltar que os entrevistados poderiam marcar mais de uma resposta.

Gráfico 6



Fonte: Elaboração própria.

Gráfico 7



Fonte: Elaboração própria.

Nesse item, 35% (43) dos entrevistados responderam que utilizam ou já utilizaram algum fitocosmético e 65% (81) disseram nunca utilizaram.

Dos respondentes que utilizam ou já utilizaram algum fitocosmético, 36% (55) responderam que cuidados com a pele foi o fator que os levaram a utilizar tais produtos, seguido por 35% (53) de cuidados com cabelo e/ou unhas. Outros fatores como preço 13% (19), sustentabilidade 12% (18), alergia a outros cosméticos e menos efeitos colaterais 3% (4) e 1% (1) respectivamente foram citados pelos respondentes.

Algumas considerações serão apresentadas a seguir, permitindo detalhar importantes aspectos concluídos neste trabalho.

Conforme foi pesquisado qual o sexo mais sabe que é um fitocosmético, nota-se que homens e mulheres apresentam diferentes motivações quanto ao conhecimento de um fitocosmético, onde 16,9% dos respondentes do sexo masculino e 46,8% do sexo feminino confirmaram que já sabiam. Em outro estudo, realizado por Carvalho (2010), com base nos resultados obtidos, notou-se que, de maneira geral, ambos os sexos têm conhecimento do que é um fitocosmético e, portanto, percebe-se que os resultados das duas pesquisas são equivalentes.

Os resultados obtidos corroboram o que é observado na macro sociedade. Tratamento, bem-estar e melhora da aparência são os pontos mais procurados quando os consumidores adquirem produtos cosméticos. O conhecimento desse perfil do consumidor por parte dos dermatologistas, aliado às tendências de mercado cosmético, é de extrema importância para que a prescrição seja mais assertiva de acordo com o perfil do paciente (CARVALHO, 2010).

O presente estudo mostrou que a maioria dos entrevistados têm conhecimento de que é um fitocosmético, pois responderam acertadamente sobre as características desses produtos: conter extrato de plantas, conter princípios ativos naturais e serem feitos a partir de vegetais. Carson, Hammer e Riley (2006) comentam que a literatura sobre o assunto ainda é escassa, porém, o uso das plantas medicinais (fitocosméticos) desde a antiguidade são utilizadas para finalidades terapêuticas, sendo elas variadas de acordo com a planta e o intuito, podendo ser caracterizada entre: cicatrizante, antimicrobiana, anti-inflamatória, antisséptica, analgésica, entre outras.

Foi verificado ainda que a maioria dos respondentes não sabe a diferença entre um fitocosmético manipulado e um fitocosmético industrializado. Quanto à opção de um fitocosmético manipulado no lugar de um fitocosmético industrializado, a maioria dos entrevistados, com 26%, fizeram por sua opção ser produtos naturais. Foram apresentadas outras opções como: confiança no produto, menos chances de possuir efeitos colaterais, alguns entrevistados não optariam e as outras opções foram: ser produtos ecológicos e preferência ao preço.

Dos respondentes, a maioria dos fatores que os levariam a utilizá-los, com 36% foi cuidado com a pele, 35% cuidados com cabelo e/ou unhas e 12% pelo fator sustentabilidade, os demais optariam pelo preço, alergia a outros cosméticos e menos efeitos colaterais.

De acordo com Paiva (2019) os principais fatores que levam a escolher produtos naturais em detrimento dos convencionais, é a preservação ambiental, a sustentabilidade e aos cuidados estéticos onde é baixo o risco de toxicidade a saúde da pele, assim a presente pesquisa demonstra motivos semelhantes, do mesmo modo estudos feitos por Neto (2017) demonstrou a importância que o coco possui, com sua propriedade altamente hidratante e umectante, essencial no desenvolvimento de produtos cosméticos para o cuidado com a pele, em especial pela alta concentração de ácido láurico.

Analisando as respostas da questão “Qual das alternativas você acredita ser um fitocosméticos?” foram obtidas as seguintes respostas: 75 pessoas responderam Óleo corporal de Amêndoas, 67 pessoas acreditam ser Shampoo de Camomila, e 55 Máscara Capilar De Manteiga De Karité, sendo considerado um resultado efetivo, pois as respostas estão corretas. Outras opções foram: Sérum Facial De Ácido Hialurônico; Sérum Facial Coenzima Q10; e, Antioxidante de Vitamina C, como respostas incorretas.

Segundo Ruivo (2012) o uso de plantas aromáticas conduziu ao início extração de óleos essenciais, o Egito e a Mesopotâmia se destacaram com o propósito de preparar unguentos e balsamos com a fim de criar cosméticos. Grande parte da motivação veio de Cleópatra, lembrada pela sua vaidade,

motivou a pesquisa de formas farmacêuticas a base de plantas e óleos vegetais, com intuito terapêutico e cosmético.

CONCLUSÃO

Ao levantamento dos dados finais entende-se que as pessoas entrevistadas possuem conhecimento do que é um fitocosmético, dando ênfase ao público feminino, que demonstra um interesse maior no assunto. Já nas etapas sobre o conhecimento das características, foi analisado que o conhecimento é de maneira superficial.

Entre os analisados existe preferência por fitocosméticos manipulados seja por sustentabilidade, confiança ou preço em comparativo aos industriais, do mesmo modo dos que já utilizaram optaram por tais devido à uma possível redução nos efeitos colaterais e melhores resultados para com cabelos e unhas.

REFERÊNCIAS

ÁLVAREZ, N., & BAGUE, A. Fitocosméticos. Madrid: AMV Ediciones, 2012.

ADEDIWURA, Fred-Jaiyesimi; K., Ajibesin K.; ODEYEMI, Tolulope; OGUNDOKUN, Gbemisola. Ethnobotanical studies of folklore phytocosmetics of South West Nigeria. **Taylor & Francis Online**. Sagamu, p. 313-318. set. 2014.

BRITO, Ana Flavia Ramires; MORENO, Paulo Roberto Hrihorowitsch. **Análise de variação sazonal e das atividades antifúngica e antimicrobiana em óleos essenciais de Ocotea porosa (Nees) Barroso e Nectandra megapotamica (Spreng.) Mez**. 2009. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

CAPANEMA, Luciana Xavier de Lemos; PALMEIRA FILHO, Pedro Lins. **Industria farmacêutica brasileira: reflexões sobre sua estrutura e o potencial de investimentos**. In: TORRES FILHO, Ernani Teixeira; PUGA, Fernando Pimentel. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (Brasil). Perspectivas do investimento 2007/2010. Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 2007. p. [161] -206.

CARSON, C. F.; HAMMER, K. A.; RILEY, T. V. Melaleuca alternifolia (Tea Tree) Oil: a Review of Antimicrobial and Other Medicinal Properties. **American Society For Microbiology**. Australia, p. 50-62. jan. 2006.

CARVALHO, Jackeline Dias Rodrigues de. **VAIDADE MASCULINA: um estudo sobre a mudança de hábitos do homem contemporâneo**. 2010. 56 f. Monografia (Especialização) - Curso de Publicidade e Propaganda, Centro Universitário de Brasília – Uniceub, Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas – Fatecs, Brasília, 2010.

CARVALHO, Talita Pedrosa Vieira de. **Mercado de fitoterápicos e fitocosméticos em Manaus (AM)**. 2015. 190 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2015.

CASTANO, Andrea Maritza Vivas; CIFUENTES, Martha Cecilia Beltrán; RINCON, Deisy Johanna Cañón. Antioxidant activity of two varieties of Ocimum basilicum L. for potential use in phytocosmetics. **Revista Facultad Nacional de Agronomía Medellín**, online, v. 69, n. 2, p. 8-55, abr. 2016.

GANEM, Roseli Senna. **Conservação da biodiversidade: legislação e políticas públicas**. Brasília: Edições Câmara, 2010. 437 p.

ISAAC, Vera Lucia Borges. Protocolo para ensaios físico-químicos de estabilidade de fitocosméticos. **Revista de Ciências Farmacêuticas Básica e Aplicada**, Araraquara, v. 29, n. 1, p. 81-96, jul. 2008.

JOSHI, Laxmi s; A PAWAR, Harshal. Herbal Cosmetics and Cosmeceuticals: An Overview. **Natural Products Chemistry & Research**. Maharashtra, p. 2-8. 2015.

LUZ, Gládia Fernanda Silva da. **DESENVOLVIMENTO DE FORMULAÇÕES COSMÉTICAS COM ÓLEOS VEGETAIS PARA CABELOS CACHEADOS**. 2018. 93 f. Tese (Doutorado) - Curso de Farmácia, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2018.

NETO, Alfredo Soares da Silva; SILVA, Lerner Mayner Santos; RINCON, Deisy Johanna Cañón. Use of coconut oil in the production of cosmetics: a bibliographic review. **Society And Development**. Online, dez. 2020.

PAIVA, Paula Cristina Barros. **O USO DOS EXTRATOS VEGETAIS DA CAATINGA E DA AMAZÔNIA PARA PRODUÇÃO DE FITOCOSMÉTICOS**. 2019. 52 f. Tese (Doutorado) - Curso de Desenvolvimento e Meio Ambiente, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019.

RIBEIRO, Cláudio de Jesus. **COSMETOLOGIA APLICADA A DERMOESTÉTICA**. Recife: Pharmabook, 2010.

RUIVO, Joana Sofia Pais. **Fitocosmética: Aplicação de extratos vegetais em cosmética e dermatologia**. 2012. 96 f. Tese (Doutorado) - Curso de Farmácia, Universidade Fernando Pessoa, Faculdade de Ciências da Saúde, Porto, 2012.

SIMÕES, O. M. C.; SCHENKEL, P. E. A pesquisa e a produção brasileira de medicamentos a partir de plantas medicinais: a necessária interação da indústria com a academia. **Revista Brasileira de Farmacognosia**, Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 24-27, 2002.

VOLPATO, G. L. **Guia prático para redação científica**. Botucatu: Best Writing, 2015.