

Comprovação de claims relacionados a benefícios sensoriais em produto de maquiagem

Claim substantiation of sensory benefits provided by a make-up product

Autores | Authors

✉ **Regina Lúcia Firmento de NORONHA**

PERCEPTION Pesquisa em Análise Sensorial Ltda.
Av. Dr. Romeu Tórtima, 739
CEP: 13084-791
Campinas, SP, Brasil
e-mail: regina@perceptionline.com.br

Carolina Pongelupi BRAGHETTO
Lígia Domingues FERREIRA
Juliana Luz PASSOS

PERCEPTION Pesquisa em Análise Sensorial Ltda.
e-mail: carolina@perceptionline.com.br
ligiaferreira@natura.net
juliana@grupoinvestiga.com.br

✉ Autor Correspondente | Corresponding Author

Publicado em: 08/06/2011

Resumo

O amplo desenvolvimento da área cosmética tem feito com que os pesquisadores da área de P&D se esforcem para desenvolver produtos seguros, eficazes e com o sensorial agradável. Com essa perspectiva, vêm-se utilizando metodologias inovadoras para a comprovação dos benefícios sensoriais prometidos por tais formulações e veiculação de seus *claims*, dentre as quais se destaca o uso da análise sensorial. O objetivo deste estudo foi comprovar a eficácia de bases faciais, com funções maquiagem, tratamento e antienvelhecimento, através da percepção de consumidores. Participaram do estudo 30 julgadores do sexo feminino, usuários de produtos antienvelhecimento, com idades de 30 a 50 anos, que apresentaram queixa de Rugas/Linhas de Expressão nas diferentes regiões do rosto. Cada consumidor utilizou o produto em sua casa, por 28 dias, em condições reais de uso. Após o uso, os consumidores responderam questionários com o objetivo de verificar a eficácia do produto. Foram avaliados 14 atributos diferentes através de escalas categóricas para as funções i) Tratamento (melhora das características gerais da pele, entrega de benefícios); ii) Antienvelhecimento (diminuição da percepção de rugas); e iii) Maquiagem do produto, e os dados foram analisados através de estatísticas descritivas. *Claims* relacionados à função maquiagem e à melhora das características gerais da pele foram comprovados; porém, os atributos relacionados ao envelhecimento facial em diferentes regiões não obtiveram quantidade relevante de avaliações positivas.

Palavras-chave: *Análise sensorial; Comprovação de claim; Maquiagem; Antienvelhecimento.*

Summary

The broad development of the cosmetics area has been encouraging researchers from the R&D field to make an effort towards developing safe, stable, effective and sensorially pleasing products. With this perspective, innovative methodologies are being used to attest the benefits promised by such formulations and their conveyed claims; among which stands out the use of sensory evaluation. The objective of this study was to verify the effectiveness of facial foundations by evaluating consumers' perception of effectiveness on make-up, skin treatment and anti-aging. Thirty (30) female judges participated in the study, all users of anti-aging products, with ages ranging from 30 to 50, who had wrinkles/expression lines in different facial regions. Each consumer had use the product at home, for 28 days, under actual-use conditions. After use, the judges answered questionnaires in order to verify the effectiveness of the product. Fourteen (14) different attributes were evaluated through categorical scales concerning the product's treatment and make-up functions, and the collected data was analyzed through descriptive statistical analysis. Claims related to the make-up function and to the improvement of general skin characteristics were supported; however, the attributes related to facial aging in different regions did not obtain a relevant amount of positive evaluations.

Key words: *Sensory evaluation; Claim support; Make-up; Anti-aging.*

Comprovação de claims relacionados a benefícios sensoriais em produto de maquiagem

NORONHA, R. L. F. et al.

1 Introdução

O amplo desenvolvimento da área cosmética tem feito com que os pesquisadores da área de pesquisa e desenvolvimento se esforcem para desenvolver produtos seguros, eficazes e com o sensorial agradável. Com essa perspectiva, vêm-se utilizando metodologias inovadoras e eficazes para a comprovação dos benefícios sensoriais prometidos por tais formulações e veiculação de seus *claims*.

Segundo Steinberg (2009), a regulamentação do uso de *claims* na comunicação de produtos cosméticos ainda não é suficientemente clara para os profissionais de marketing e desenvolvimento de formulações cosméticas. Recentemente a ASTM (*American Society for Testing and Materials*) editou a norma E 1958-06 com o intuito de auxiliar nesta regulamentação, no que concerne aos *claims* percebidos sensorialmente, para todas as categorias de produtos.

Conforme descrito na norma ASTM E 1958-06 intitulada *Standard Guide for Sensory Claim Substantiation* existem várias formas de suportar *claims* sensoriais e a escolha da metodologia apropriada dependerá das características do *claim* e sua classificação: comparativos (paridade ou superioridade) e não comparativos.

Os *claims* de eficácia das funções maquiagem, tratamento e antienvelhecimento do produto em estudo (base facial *anti-aging*) foram classificados como não comparativos (ou *claims* de comunicação). O objetivo dos *claims* não comparativos / de comunicação é expressar, comunicar, algo específico sobre o produto, normalmente um benefício ou diferenciação e, em geral, não procura fornecer comparações relativas a outros produtos. Estes tipos de *claims* são comuns em novos produtos, porém também são muito utilizados para chamar a atenção para benefícios específicos do(s) produto(s) (ASTM, 2006).

Segundo a Norma ASTM E 1958-06, a comprovação de *claims* sobre atributos e *performance* de produtos pode ser baseada em dados de consumidores, que são questionados sobre a *performance* e/ou atributos específicos, ou em dados de testes sensoriais de laboratório, cujo delineamento experimental deve focar a medida de atributos específicos. Em alguns casos, ambos os tipos de testes (consumidor e laboratório) podem ser usados em conjunto para comprovar o(s) mesmo(s) *claim(s)*. Assim, ao se elaborar um estudo de comprovação de *claim*, deve-se antes conhecer o *claim* em si (ou seja, a frase na qual será comunicado), o tipo de *claim* (sua classificação), o público-alvo do produto, e os aspectos do produto que são relacionados ao *claim* a ser testado. Somente após terem sido determinados tais fatores, pode-se escolher a metodologia apropriada para gerar corretamente os dados que suportarão o(s) *claim(s)* em estudo.

Assim, o objetivo deste estudo foi comprovar os *claims* não comparativos relacionados à eficácia das funções maquiagem, tratamento e antienvelhecimento de bases faciais através da percepção de consumidores representantes do público-alvo deste produto.

2 Material e métodos

Participaram do estudo 30 julgadores do sexo feminino, usuários de produtos antienvelhecimento, com idades entre 30 e 50 anos, que apresentaram queixa de Rugas/Linhas de Expressão nas diferentes regiões faciais.

O produto utilizado no estudo foi base líquida hidratante com FPS 15. Os quatro tons do produto foram distribuídos aos julgadores conforme melhor adequação ao seu tom de pele.

O produto foi aplicado diariamente, por 28 dias, no rosto, pescoço e colo sobre a pele limpa, seguindo as seguintes instruções: colocar uma pequena quantidade do produto no dorso da mão e aplicar com os dedos de maneira uniforme no rosto, pescoço e colo; aplicar do maxilar em direção às têmporas; da ponta do nariz para as maçãs do rosto; do nariz para a testa e do queixo para o pescoço e colo.

Após 28 dias de uso, os consumidores avaliaram 14 atributos (Tabela 1), através de escalas categóricas, para as funções maquiagem, tratamento e antienvelhecimento do produto.

A Tabela 2 apresenta as escalas de avaliação utilizadas neste estudo, para os atributos de eficácia (funções tratamento, maquiagem, e antienvelhecimento) do produto, discriminados na Tabela 1.

Os dados foram analisados através de estatística descritiva calculando-se média, desvio padrão e porcentagens. Os resultados foram apresentados através de Tabela (média e desvio padrão) e gráficos de barras (porcentagem). Na construção dos gráficos foram consideradas 3 classificações: melhora, indiferença e piora. Para os atributos Maciez, Hidratação, Firmeza, Elasticidade, Viço/Luminosidade, Cobertura e Disfarce de Rugas/Linhas de Expressão na Região dos Olhos, Cobertura e Disfarce de Rugas/Linhas de Expressão na Região dos Lábios, Cobertura e Disfarce de Rugas/Linhas de Expressão na Região Testa e Aparência Geral, a melhora corresponde à soma das porcentagens de respostas obtidas para as 3 categorias superiores das escalas de avaliação (pontuações 5, 6 e 7), a indiferença corresponde à porcentagem de respostas obtidas para a categoria de pontuação 4 e a piora corresponde à soma das porcentagens de respostas obtidas para as 3 categorias inferiores das escalas de avaliação (pontuações 1, 2 e 3) (Tabela 2).

Já no caso dos atributos Oleosidade, Rugas/Linhas de Expressão na Região dos Olhos, Rugas/Linhas

Comprovação de claims relacionados a benefícios sensoriais em produto de maquiagem

NORONHA, R. L. F. et al.

Tabela 1. Definição dos atributos avaliados, tipo de avaliação e áreas avaliadas.

Atributos	Definição	Tipo de avaliação	Áreas avaliadas
Maciez	Sensação de suavidade da pele	Toque (deslizamento dos dedos)	Região malar
Hidratação	Sensação e aparência de pele hidratada	Visual e toque (deslizamento dos dedos)	Toda a face, colo e pescoço
Firmeza	Grau de manutenção do tônus (rigidez) da pele, contrário de flacidez	Toque (estiramento da pele)	Região malar e masseter
Elasticidade	Capacidade da pele de retornar rapidamente ao ponto inicial após sua distensão	Toque (estiramento da pele)	Região malar
Viço/ luminosidade	Aspecto radiante, jovem e saudável da pele	Visual	Toda a face, colo e pescoço
Oleosidade	Aumento do manto lipídico sobre o tecido cutâneo, aspecto e visual graxento/oleoso	Visual e toque	Toda a face (principalmente zona T), colo e pescoço
Rugas/linhas de expressão	Presença de sulcos, depressões e linhas finas. A profundidade e o número são avaliados	Visual	Região dos lábios, olhos e testa
Cobertura e disfarce de rugas/linhas de expressão	Cobertura e disfarce dos sulcos, depressões e linhas finas	Visual	Região dos lábios, olhos e testa
Sinais de fadiga	Aparência de pele cansada	Visual	Toda a face, colo e pescoço
Aparência geral	Condições da pele em relação à hidratação, viço/luminosidade, rugas/linhas de expressão, oleosidade e sinais de fadiga. Obs.: Não é necessária a melhora de todos estes atributos para se considerar melhora da Aparência Geral	Visual	Toda a face, colo e pescoço

Tabela 2. Escalas de avaliação utilizadas pelos consumidores para avaliar os atributos das funções maquiagem, tratamento e antienvhecimento do produto em estudo.

Atributos	Escalas
Maciez, hidratação, firmeza, elasticidade, viço/luminosidade, oleosidade	(7) aumentou muito (6) aumentou moderadamente (5) aumentou um pouco (4) igual, não percebi alteração (3) diminuiu um pouco (2) diminuiu moderadamente (1) diminuiu muito
Rugas/linhas de expressão na região dos olhos, na região dos lábios e na região da testa e sinais de fadiga	(7) aumentaram muito (6) aumentaram moderadamente (5) aumentaram um pouco (4) igual, não percebi alteração (3) diminuíram um pouco (2) diminuíram moderadamente (1) diminuíram muito
Cobre e disfarça as rugas/linhas de expressão na região dos olhos, na região dos lábios e na região da testa	(7) cobre e disfarça muito (6) cobre e disfarça moderadamente (5) cobre e disfarça um pouco (4) igual, não percebi alteração (3) realça um pouco (2) realça moderadamente (1) realça muito
Aparência geral	(7) melhorou muito (6) melhorou moderadamente (5) melhorou um pouco (4) nem melhorou / nem piorou (3) piorou um pouco (2) piorou moderadamente (1) piorou muito

Comprovação de claims relacionados a benefícios sensoriais em produto de maquiagem

NORONHA, R. L. F. et al.

de Expressão na Região dos Lábios, Rugas/Linhas de Expressão na Região da Testa e Sinais de Fadiga, a melhora corresponde à soma das porcentagens de respostas obtidas para as 3 categorias inferiores das escalas de avaliação (pontuações 1, 2 e 3), a indiferença corresponde à porcentagem de respostas obtidas para a categoria de pontuação 4 e a piora corresponde à soma das porcentagens de respostas obtidas para as 3 categorias superiores das escalas de avaliação (pontuações 5, 6 e 7).

3 Resultados e discussão

A Tabela 3 apresenta as médias, medianas e desvios padrão obtidos para os atributos avaliados após 28 dias de uso do produto. As médias e medianas sugerem que, após usar o produto por 28 dias, os consumidores perceberam aumento na Maciez, Hidratação, Firmeza, Elasticidade e Viço/Luminosidade da pele, sendo este aumento classificado como pouco

ou entre pouco e moderado. Em relação à Aparência Geral da pele, os consumidores consideraram que o produto melhora moderadamente este atributo. As médias e medianas obtidas para a avaliação das Rugas/Linhas de Expressão (olhos, lábios e testa) estão entre as categorias da escala “não percebi alteração” e “diminuíram um pouco”, já em relação aos Sinais de Fadiga, os consumidores consideraram que diminuíram entre um pouco e moderadamente. Os consumidores ainda perceberam que o produto Cobre e Disfarça as Rugas/Linhas de Expressão (olhos, lábios e testa) entre um pouco e moderadamente.

As Figuras 1, 2 e 3 apresentam os resultados das classificações melhora, indiferença e piora para todos os atributos avaliados pelos consumidores. Após 28 dias de uso do produto pelo menos 70% dos consumidores perceberam melhora nos atributos Maciez, Hidratação, Firmeza, Elasticidade e Viço/Luminosidade da pele (Figura 1). Todos os consumidores relataram melhora na

Tabela 3. Média e desvio padrão dos atributos avaliados após 28 dias de uso do produto.

Atributos	Média	Mediana	Desvio padrão
Maciez	5,3	5,5	1,6
Hidratação	5,1	5,0	1,6
Firmeza	5,3	5,0	1,2
Elasticidade	5,1	5,0	1,3
Viço/luminosidade	5,2	5,0	1,4
Oleosidade	3,1	3,0	1,3
Rugas/linhas de expressão - olhos	3,5	4,0	1,0
Rugas/linhas de expressão – lábios	3,4	4,0	1,1
Rugas/linhas de expressão – testa	3,4	3,0	0,8
Cobertura e disfarce rugas/linhas de expressão - olhos	5,3	5,5	1,6
Cobertura e disfarce rugas/linhas de expressão - lábios	5,1	5,0	1,7
Cobertura e disfarce rugas/linhas de expressão - testa	5,2	5,0	1,7
Sinais de fadiga	2,4	2,0	1,0
Aparência geral	6,0	6,0	0,7

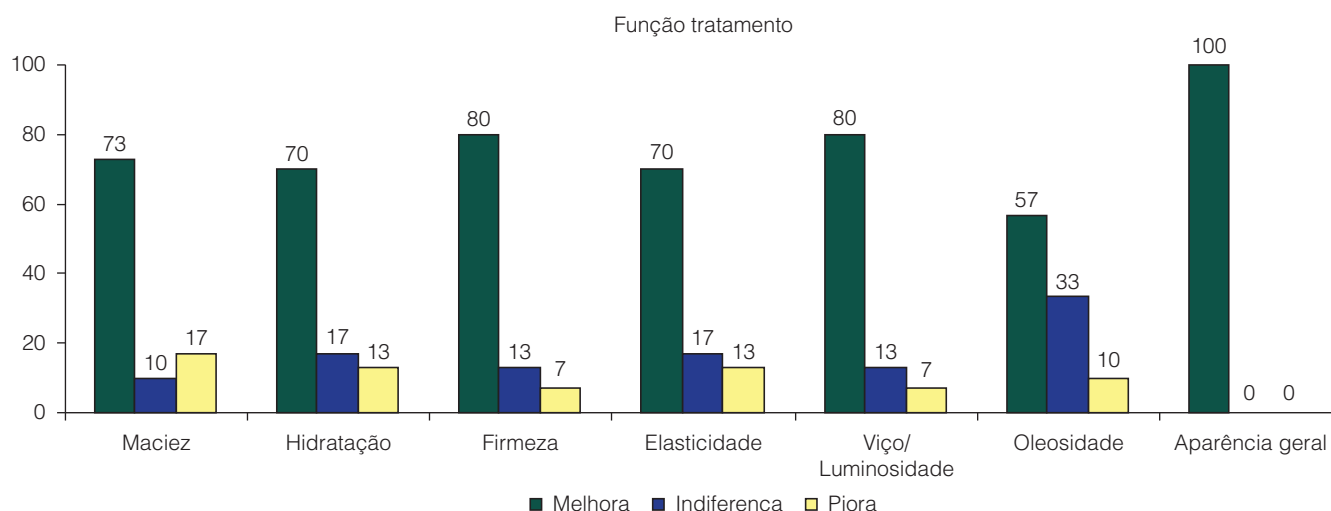


Figura 1. Porcentagem de consumidores que perceberam melhora, indiferença e piora nos atributos da função tratamento.

Comprovação de claims relacionados a benefícios sensoriais em produto de maquiagem

NORONHA, R. L. F. et al.

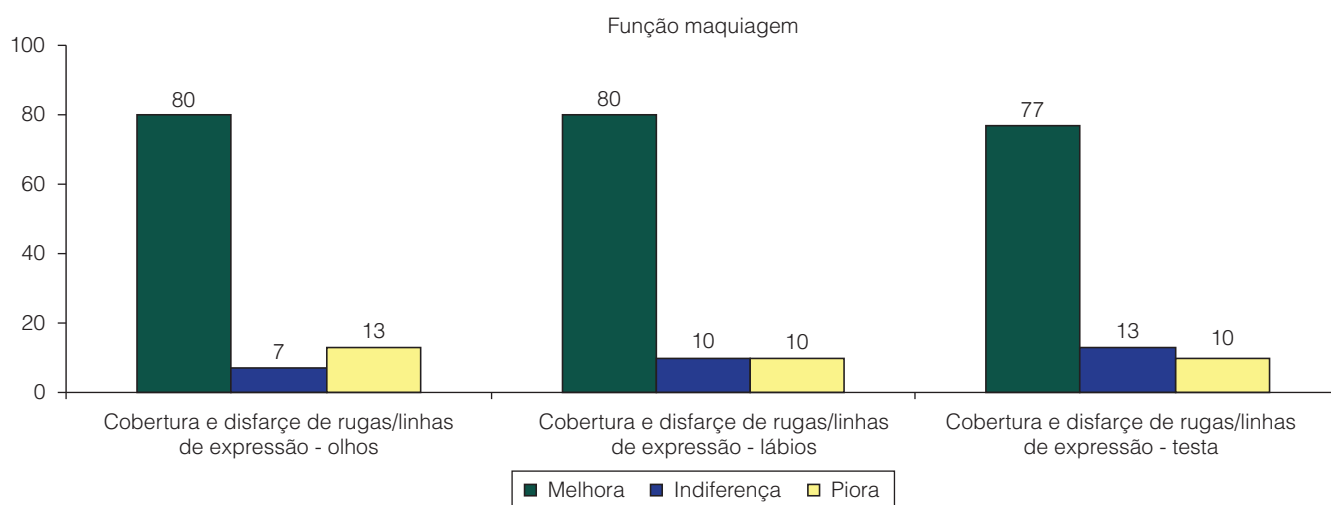


Figura 2. Porcentagem de consumidores que perceberam melhora, indiferença e piora nos atributos da função maquiagem.

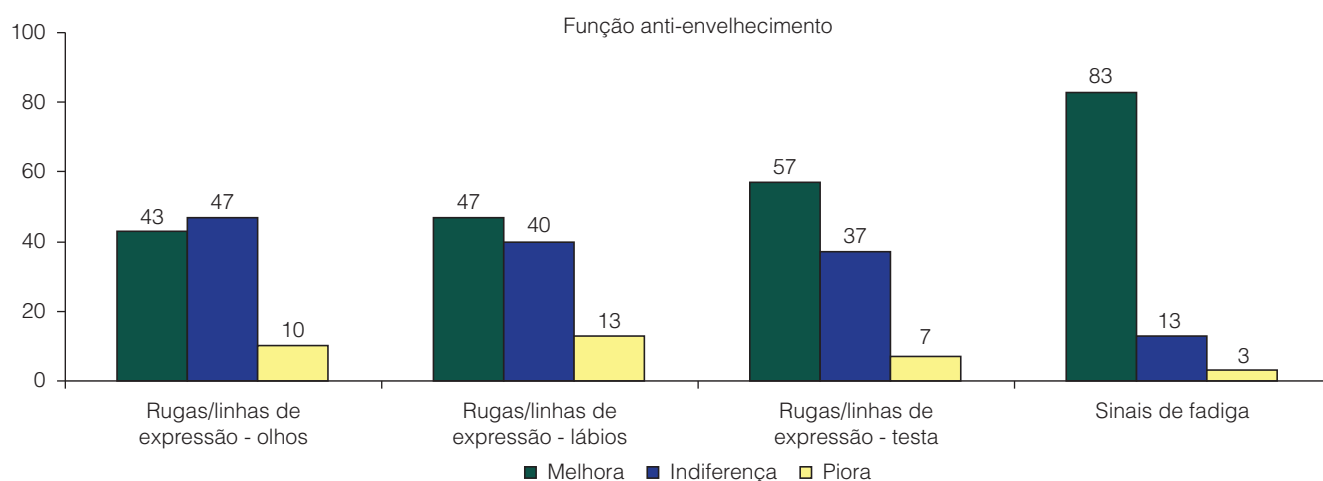


Figura 3. Porcentagem de consumidores que perceberam melhora, indiferença e piora nos atributos da função antienvelhecimento.

Aparência Geral da pele após 28 dias de uso do produto (Figura 1). Mais de 75% dos consumidores notaram que o produto cobre e disfarça os sinais de envelhecimento nas três regiões do rosto avaliadas (Figura 2). Os atributos Rugas/Linhas de Expressão nas Regiões dos Olhos, Lábios e Testa foram avaliados positivamente por 43, 47 e 57% dos julgadores (Figura 3).

Observa-se que, apesar do produto possuir uma função maquiagem, de cobertura da pele, que poderia disfarçar os sinais de envelhecimento dando a impressão de melhora, os consumidores distinguiram entre as três funções do produto, disfarçe, tratamento e antienvelhecimento, seguindo a orientação de avaliar o aumento/diminuição das rugas após a retirada do produto, durante a limpeza da pele. Esta metodologia de

avaliação possibilitou a correta avaliação dos atributos da função antienvelhecimento do produto, sendo este considerado, pelos consumidores, de baixa eficácia para esta função (apenas 43, 47 e 57% de percepção de melhora).

4 Conclusões

Os *claims* relacionados à função maquiagem (Cobertura e Disfarçe de Rugas/Linhas de Expressão na região dos Olhos, Cobertura e Disfarçe de Rugas/Linhas de Expressão na região dos Lábios e Cobertura e Disfarçe de Rugas/Linhas de Expressão na região da Testa) e à melhora de características gerais da pele (Maciez, Hidratação, Firmeza, Elasticidade, Viço/Luminosidade, Aparência Geral e Sinais de Fadiga) foram

Comprovação de claims relacionados a benefícios sensoriais em produto de maquiagem

NORONHA, R. L. F. *et al.*

sustentados, pois, no mínimo, 70% dos consumidores perceberam melhora nesses atributos. Contudo os atributos relacionados à percepção do benefício antienvelhecimento facial (Rugas/Linhas de Expressão na região dos Olhos, Rugas/Linhas de Expressão na região dos Lábios e Rugas/Linhas de Expressão na região da Testa) não obtiveram quantidade relevante de avaliações positivas, já que, no máximo, 57% dos consumidores perceberam melhora nesses atributos.

O correto delineamento experimental do estudo, a população alvo estudada e a metodologia de avaliação utilizada possibilitaram uma diferenciação na percepção dos consumidores quanto às duas funções do produto, maquiagem e antienvelhecimento, resultando em resultados confiáveis para a sustentação (ou não sustentação) dos *claims* avaliados no presente estudo.

Agradecimentos

À PERCEPTION Pesquisa em Análise Sensorial que financiou a realização deste estudo em suas instalações e possibilitou a participação dos autores e apresentação de *poster* com os resultados deste estudo no SENSIBER, Simpósio Ibero-Americano de Análise Sensorial, em agosto de 2010.

Referências

AMERICAN SOCIETY FOR TESTING AND MATERIALS INTERNATIONAL - ASTM. **ASTM E-1958-06: Standard Guide for Sensory Claim Substantiation**. West Conshohocken: ASTM, 2006. 23 p.

STEINBERG, D. C. Labeling Claims. **Cosmetics & Toiletries**, Carol Stream, 2009. Disponível em: <<http://www.cosmeticsandtoiletries.com/regulatory/claims/52087642.html?page=1>>. Acesso em: 10 jan. 2011.