

LIP BALM CUNHÃ

Ananda da Silva Maciel¹

Ânderson de Araújo Neves^{1*}

Daniele Moreira de Souza¹

Isabella Villarins Ferreira¹

Maísa Alves do Nascimento¹

Nátaly Paula Sodr e Barbosa¹

Tain a dos Santos Vera Braga¹

¹Centro Universitário São Lucas, Porto Velho, Rondônia, Brasil

* Orientador

RESUMO: O mercado global de cosméticos passa por uma transforma o impulsionada pela busca por  tica, transparência e sustentabilidade. Os consumidores demandam solu es que transcendam a est tica, exigindo produtos que respeitem o meio ambiente e as comunidades produtoras. Nesse contexto, o Brasil, detentor da maior biodiversidade do planeta, enfrenta o desafio de converter sua riqueza natural em produtos industrializados de forma justa e  tica. Este trabalho apresenta o projeto CUNHÃ, um lip balm bioativo que se propõe a ser um marco de inova o na cosmética brasileira. O projeto   inteiramente concebido sob os pilares vegano e cruelty-free, focado na utiliza o estratégica de insumos da Amazônia e na implementa o de um modelo de comércio justo para sua cadeia de suprimentos. O lip balm   mais do que um cosmético;   uma demonstra o de como a bioeconomia pode impulsionar o desenvolvimento tecnológico e social. O objetivo principal desta introdu o   contextualizar o projeto dentro da macroeconomia verde e da crescente demanda por responsabilidade corporativa. O projeto se justifica na escassez de produtos que integrem todos os atributos  ticos e regionais demandados pelo consumidor consciente. Há uma lacuna significativa no mercado de beleza por lip balms que, simultaneamente, satisfaçam a critérios como: 1. Serem 100% veganos (isentos de cera de abelha ou lanolina); 2. Possuírem certifica o cruelty-free; e 3. Serem compostos por ingredientes com rastreabilidade amazônica e garantia de comércio justo. A demanda   robusta e crescente, impulsionada por gera es que priorizam a saúde do planeta e o bem-estar animal. O consumidor atual evita o greenwashing e busca marcas que demonstrem um compromisso  tico desde a colheita da m teria-prima até a embalagem final. Nossa justificativa se concentra na demanda reprimida

por um produto de alta qualidade que garante a performance cosmética por meio de manteigas e óleos amazônicos (como Cupuaçu e Buriti) e, ao mesmo tempo, oferece total transparência e impacto social positivo na Amazônia. A ausência de concorrentes diretos com esta tríade de diferenciais reforça a necessidade e a oportunidade de mercado. O objetivo geral deste projeto é desenvolver, testar e viabilizar a produção de um lip balm que atenda plenamente às expectativas do consumidor de beleza ética. Nosso público-alvo são indivíduos de elevada consciência ambiental e social (Geração Z e Millennials), que leem rótulos, rejeitam testes em animais e buscam ativamente marcas que apoiem a bioeconomia e o desenvolvimento regional. Este público está disposto a pagar um prêmio pela autenticidade e pela garantia de origem ética. Solução Proposta: O lip balm é a solução. Ele oferece hidratação e proteção labial superior, utilizando a riqueza de bioativos amazônicos como substitutos éticos e eficazes para insumos tradicionais de origem animal. A inovação na fórmula reside na utilização de manteigas vegetais (Buriti, Cupuaçu e Açafá) e ceras vegetais regionais como base, garantindo a performance e a certificação Vegana. A Inovação no Processo consiste na implementação de um sistema de compra direta com cooperativas da Amazônia, promovendo o comércio justo e, conseqüentemente, a manutenção da floresta em pé. O uso de embalagem vegana e sustentável (biodegradável ou de material reciclado/reciclável) minimiza a pegada de carbono, completando o ciclo de sustentabilidade. A viabilidade econômico-financeira do projeto é robusta, sendo resultado direto da nossa capacidade de atender um nicho de mercado carente e premium. O mercado de cosméticos cruelty-free e veganos tem apresentado taxas de crescimento anuais superiores à média da indústria tradicional. A escassez de ofertas com o diferencial amazônico e de comércio justo garante uma baixa barreira de entrada e alta capacidade de diferenciação de preço. A viabilidade de payback se baseia na estratégia de valor agregado (ética + performance + exclusividade amazônica), que permite a adoção de um pricing premium. Além do retorno financeiro, o projeto gera retorno social ao fortalecer a bioeconomia regional, oferecendo estabilidade de renda aos produtores e promovendo a conservação ambiental. O presente investimento demonstra uma excelente viabilidade econômico-financeira, comprovada através da nossa projeção de fluxo de caixa. Com a venda de uma quantidade média de 500 unidades mensais, projetamos uma receita de R\$ 22.000,00 e custos fixos totais em torno de R\$ 20.000,00. Tal cenário nos confere um fluxo médio mensal de R\$ 2.000,00, valor que pode ser facilmente incrementado em meses sazonais com o melhor desenvolvimento da nossa equipe de vendas. Desta forma, teremos um fluxo anual total líquido de R\$ 24.000,00. Tendo em vista o investimento inicial de R\$ 54.194,00, o nosso payback é de 2,23 anos, o que significa que em pouco mais de dois anos o investimento inicial retorna para o caixa da empresa, demonstrando uma excelente viabilidade econômico-financeira. O projeto representa a convergência da ciência, da ética e do empreendedorismo. Ele não só resolve uma necessidade de mercado, mas estabelece um novo padrão para a indústria, valorizando a riqueza biológica da Amazônia e as comunidades que a protegem. Temos a satisfação de disponibilizar o presente projeto para a apreciação

12^a MOSTRA DE
INOVAÇÃO E
TECNOLOGIA
SÃO LUCAS

MAIS

2^a MOSTRA DE
PROJETOS DE
EXTENSÃO
SÃO LUCAS

da comissão de avaliação e esperamos que ele seja um dos catalisadores para um futuro mais ético e sustentável na cosmética.

Palavras-Chaves: Cosméticos veganos, Biodiversidade Amazônica, Cruelty-free.