

De olho nas tendências globais de beleza, marcas gaúchas investem em inovação

FERNANDA BIGIO DAVOGLIO/ESPECIAL/JC



Rafaella Weber, gerente de marcas exclusivas, e Adriana Vasco, gerente executiva de novos negócios, estão à frente do desenvolvimento da nova linha de beleza Panvel 24&7

O setor gaúcho de cosméticos está expandindo e traduzindo tendências

➔ NEGÓCIOS

MANUELA CASSANO
manuelac@jcrs.com.br

Com a constante chegada de novas tendências, o mercado regional de HPPC (Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos) vive um momento de tradução de fórmulas e aprimoramento de tecnologias. A pesquisa Panorama do Setor de Beleza e Cuidados Pessoais de 2026, feita pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), mostra que o Rio Grande do Sul é o quinto no ranking brasileiro com mais empreendimentos no setor, somando 246 empresas.

Reforçando o posicionamento dentro do segmento, a rede **Panvel** está inclusa entre as marcas gaúchas já consagradas que optaram pelo investimento no desenvolvimento de cosméticos. Com mais de 50 % das vendas de produtos de maquiagens decorrentes da linha própria, o grupo investe em um rebranding, com novas fórmulas e identidade

visual, para posicionar a antiga Panvel Make Up como Panvel 24&7.

Reforçando a presença nacional, a Panvel está presente em todo o País através do e-commerce e possui lojas físicas nos estados do Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e São Paulo. Mirando no cuidado pessoal, a organização tem 30% de todo o portfólio de marcas exclusivas fabricado em laboratório próprio.

Novas demandas do mercado

Dentro desse ecossistema, Adriana Vasco, gerente executiva de novos negócios da Panvel, destaca que a maquiagem possui um grande histórico de relação com o público da marca, sendo essa percepção um dos primeiros insights para o desenvolvimento da Panvel 24&7. "Entendemos que a marca precisava evoluir. Chamávamos de Panvel Make Up e vimos que era um novo momento, ela já estava madura o suficiente para mudar", conta.

Dispondo de um núcleo de pesquisas na área de tendências e inovação, o processo de desenvolvimento da nova marca incluiu o mapeamento das tendências ao redor do mundo, culminando na tradução dos resultados para o mercado brasileiro, e, de forma

mais segmentada, para o Sul do País.

"Dentro dessa nova proposta, queríamos criar uma marca com personalidade e que conseguisse acompanhar a mulher e a menina nos diferentes momentos da rotina. Por isso que é 24&7, 24 horas, sete dias por semana", explica Rafaella Weber, gerente de marcas exclusivas da Panvel.

Visando englobar praticidade e versatilidade, a nova linha foi lançada com produtos inéditos, identidade visual renovada e moderna. "Acompanhamos as principais tendências de moda. Então, a cor do momento, a make do momento, a gente sempre tem os produtos para poder atender e endereçar esse momento que cada cliente tem no seu dia", detalha Adriana.

Tendências globais

Entre os destaques da linha, o Blush Bouncy Panvel 24&7 foi desenvolvido para se adaptar a diferentes usos, conversando com a tendência mundial que é a fórmula bouncy, conhecida pela textura inovadora semelhante a uma massa de modelar.

O produto propõe a construção de camadas. "A gente pode aplicar um pouquinho do produto, espalhar bem, e então fazer um blush bem suave. Mas, caso o cliente queira carregar, pode fazer

aquele blush mais marcado", explica Rafaella.

Já o Glowfilter, descrito como um dos itens que mais se popularizaram nas redes sociais, foi desenvolvido com partículas de brilho pequenas e suaves, garantindo um acabamento natural e acetinado. "Ela fica bem linear e flui super bem na pele", explica Rafaella, acrescentando que o produto está disponível em três cores, com uma fórmula idealizada para se adaptar a diferentes tons de pele.

Foco na produção própria

Em meio a fórmulas e modas voláteis, o laboratório próprio se concretiza como um acelerador de processos, facilitando o lançamento de novos produtos através de testes e desenvolvimento ágil. "Sentamos na bancada com o nosso time de manipulação de P&D e trabalhamos as fórmulas, ajustando e conseguindo lançar o produto mais adequado, e de forma mais rápida", compartilha Adriana.

O custo benefício propiciado pela produção própria permite um desenvolvimento mais detalhado e controlado, que, segundo as gerentes, tem capacidade de adquirir a melhor solução de ativos, formulação e embalagem possível, entregando um produto final de preço justo, com maté-

rias primas do mundo inteiro. "Conseguimos realmente trazer o melhor da tecnologia e da qualidade para as nossas fórmulas", ressalta Rafaella.

Já com novos produtos a serem lançados no mercado, Rafaella explica que o setor de cosméticos, principalmente a maquiagem, exige o lançamento constante de novidades. "A maquiagem é uma categoria que pede muita novidade ao longo de todo o ano." Mesmo com essa necessidade, as gerentes revelam que produtos carros-chefes da antiga Panvel Makeup devem ser relançados sob o selo na nova marca, levando em consideração a relação de longa data com os clientes. "O cliente quer o seu blush, sua máscara e seu lápis. Esses itens que são clássicos e a gente não deixa de ter. A gente só troca a identidade visual", pontua Adriana.

Com uma estrutura que rompe as fronteiras e comercializa para todos os estados, Rafaella entende que as marcas regionais e nacionais já têm acesso a insumos para popularizar uma produção com qualidade. "Existe aquela ideia de que o que é importado, o que vem de fora é melhor. Mas não, a gente vê muitas marcas nacionais, regionais, crescendo e ganhando relevância", destaca Rafaella.