



## QUALIDADE DE SOFTWARE

Iasmine Melo Franco Lorena de Barros

Análise de Qualidade

Brasília

2022

## **1. RESUMO**

A análise de um produto identifica as características, componentes e a utilidade dele, bem como se atende a necessidade do seu público – alvo. Nesse relatório, o levantamento será realizado em um batom, no qual será elencado suas especificações, se atende seu objetivo final e satisfaz o cliente.

## **2. SUMÁRIO**

<b>1. RESUMO.....</b>	<b>2</b>
<b>2. SUMÁRIO .....</b>	<b>3</b>
<b>3. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>4</b>
<b>4. O PROJETO .....</b>	<b>4</b>
4.1 Detalhes do produto ou serviço.....	5
4.2 Tabela de Análise.....	5
4.3 Relatório .....	6
4.4 Evidências.....	7
4.5 Onde encontrar .....	9
<b>5. CONCLUSÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>10</b>

### 3. INTRODUÇÃO

A maquiagem é um item de estética muito popular. O público-alvo principal é o feminino e é utilizado para aumentar a autoestima e valorizar traços do rosto. Esse artifício é utilizado há anos e é visto como potencializador de beleza, o que leva a vários usuários a buscar constantemente produtos dessa categoria.

*A maquiagem não deve ser concebida como camuflagem ou máscara. Ao contrário, deve valorizar o que você tem de bonito e, eventualmente, disfarçar algumas imperfeições. Ela deve ser o conjunto harmonioso decores e sombras determinadas após a observação do seu rosto, de diversos ângulos e deve partir dos próprios tons naturais da pele, olhos e boca (FERRAZ et al., [2011?] apud GOOSSENS, p.146, 2005).*

Nesse cenário, o batom é utilizado para estilizar os lábios. Com várias texturas, cores e formatos, esse item agrada os consumidores. Por ter uma gama de produtos, cada marca traz consigo características próprias para atrair compradores. Pensando nisso, a embalagem, material, formato, qualidade da pigmentação são fatores que influenciam a decisão de aquisição e a criação/idealização do batom nas empresas de cosméticos. Além disso, as preferências do mercado mudam de acordo com a cultura da época.

*Essas alterações de características desse mercado ao longo do tempo, no entanto, têm levado a um novo e dinâmico conceito de embalagem, também conhecidas como embalagens ecológicas ou embalagens “verdes” (YABLONSKI & MANCUSO, 2011). Com o passar do tempo, os consumidores têm se tornado cada vez mais ambientalmente conscientes, de forma que as novas embalagens necessitam, além do apelo visual e sensual, ser ambientalmente amigáveis (YABLONSKI & MANCUSO, 2011). (RIBEIRO, 2018)*

Atualmente, buscar um produto ecologicamente amigável está crescendo e é preciso, portanto, manter a qualidade e criar um produto não agressivo ao meio ambiente. Dessa forma, a análise do batom incluirá características físicas e sustentáveis, bem como a aceitação do público ao utilizá-lo.

### 4. O PROJETO

O projeto consiste em realizar uma análise de um item de uso pessoal com objetivo de listar suas características físicas e se atende ao seu propósito final. O produto selecionado para esse relatório é o batom bastão da linha Miss Brasil, da marca Be Emotion, comercializada pela Polishop. A empresa que criou esse produto tem uma boa credibilidade no mercado de utensílios domésticos, o que facilita a compra dos produtos em outra categoria. Nesse item específico, foi identificado o seguinte slogan,

*A linha BE Emotion Make Up valoriza a beleza de cada mulher, respeitando sua personalidade através de cores e tonalidades que realçam ainda mais a sua beleza! Em 12 cores que acompanham os estilos e as tendências da moda, o Batom Hidratante FPS 20, conta com fórmula enriquecida com Vitamina E, Aloe Vera e Manteiga de Karité, que previnem o envelhecimento precoce e o ressecamento da delicada pele dos lábios. Desliza com facilidade e promove sensação de conforto e maciez, com cobertura e fixação prolongada da cor. (NATHALIA GABRIELA, 2016)*

Essa linha Miss Brasil foi lançada em 2016 quando houve o concurso para escolha da Miss e com o patrocínio da Be Emotion e Polishop. O batom busca atender o público que utiliza cosméticos faciais e busca também um produto que não danifique muito a pele.

#### 4.1 Detalhes do produto ou serviço

<b>Nome do produto ou serviço:</b>	Batom fps 20 linha Miss Brasil – Be emotion
<b>Fabricante:</b>	Polishop
<b>Tempo de uso:</b>	3 anos
<b>Outros detalhes relevantes sobre o produto:</b>	Essa linha foi lançada logo após o concurso miss Brasil e a parceria da Polishop com esse evento.

#### 4.2 Tabela de Análise

<b>Característica</b>	<b>Sua percepção</b>	<b>Referência da evidência</b>
<b>Usabilidade:</b>	Fácil aplicação, cor bonita e evidente. Espalha fácil ao tocar na pigmentação. Há necessidade de retoques durante o uso.	Figura 6
<b>Matéria prima:</b>	Plástico	Figura 1 e 2
<b>Performance:</b>	Não é de longa duração, não é a prova d'água. Apresenta FPS 20, Aloe Vera, Vitamina E e Manteiga de Karité o que garante proteção aos lábios e hidratação.	Figura 6
<b>Design:</b>	Clean e com cores contrastantes (preto e dourado). Acabamento interno sem detalhes e evidencia o plástico utilizado. O brilho dificulta a leitura e evidencia as marcas de uso.	Figura 3, 4, 5
<b>Sustentável:</b>	Não foi testado em animais, porém apresenta componentes de origem animal em sua fórmula.	Não se aplica
<b>Valor:</b>	O valor de venda acima do mercado (R\$ 45,00), o que leva a concorrer com marcas já consagradas entre o público.	Não se aplica

#### 4.3 Relatório

Para esse estudo, a cor utilizada foi a 08 – Luxúria que é um tom roxo, fechado e brilhoso. Portanto, não deixa a pele com aspecto craquelado, o que

pode ser observado em produto com característica mate. Ajuda a manter a pele protegida devido ao FPS e devido a adição de componentes que auxiliam na hidratação da área aplicada. Ao passar o produto nos lábios, ele é macio e de fácil aplicação. Não é apresenta grude como batom líquido, mas desliza de forma a preencher rapidamente o contorno da boca.

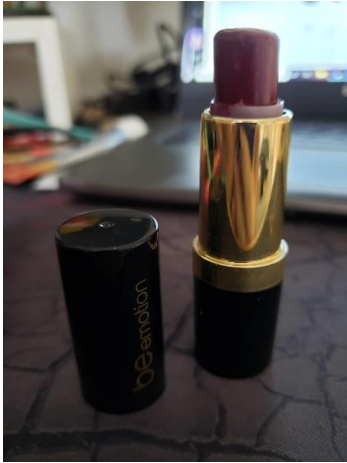
Apresenta boa fixação e a cor escolhida faz um bom contraste com a pele, o que destaca os lábios e leva o olhar das pessoas a ele. O brilho que o produto oferece não deixa a boca com aspecto molhado ou escorrendo, o que traz mais elegância e melhor estética. Porém, ao consumir algum alimento, beber água ou falar, a cor se espalha no rosto ou suja o objeto/comida em contato com a boca. Ou seja, deixa marcas caso você encoste no batom. Além disso, por ser uma cor forte, realça os traços dos lábios e possibilita desenhar melhor, caso queira aumentar um pouco o tamanho da boca.

A embalagem é minimalista e sem nenhum diferencial aparente. O contraste de cores entre o preto e vermelho traz a ideia de luxo e refino. Porém, por ser um plástico brilhante, dependendo do ângulo, dificulta a leitura do nome da marca e sua característica. O layout cilíndrico facilita guardar em bolsa ou nécessaire, auxilia também para passar. Porém, esse formato dificulta na hora de apoiar na mesa ou pia, sendo necessário sempre deixá-lo em pé ou dentro de algum compartimento para que não role ou caia no chão. Por ser liso e brilhoso, fica evidente marcar de dedo (digitais e gorduras) e arranhões.

Não apresentou quebra após uso contínuo (3 anos aproximadamente), bem comum em batom do tipo bastão, no qual o produto em si se desloca (desprende) do recipiente. No decorrer dos anos, não foi observado uma grande perda na fixação do produto.

Por ter um preço alto, esse produto perde para a suas concorrentes. A fixação e a pigmentação das marcas mais famosas e com a mesma faixa de preço ( Mary Kay, Boticário, Natura e Vult, por exemplo) são mais satisfatórias e apresentam um resultado melhor na pele, tanto na duração do produto, quanto na qualidade do material e acabamento.

#### **4.4 Evidências**



*Figura 1 - Layout do batom*



*Figura 2 - Detalhe do nome*



*Figura 3 - Informação de validade*





*Figura 4- Informações do produto*



*Figura 5 - acabamento interno*



*Figura 6 - Batom na pele*

#### **4.5 Onde encontrar**

Esse batom pode ser adquirido on-line pela loja oficial < <https://www.beemotion.com.br/be-emotion/maquiagem/labios> > ou em uma loja física da polishop.

## 5. CONCLUSÃO

Esse projeto me trouxe uma nova perspectiva de análise e como ver um produto rotineiro de uma forma mais racional. Além disso, a busca por informações de uma área que eu não domino, foi um desafio e trouxe novos conhecimentos.

Outra barreira que tive foi encontrar informações de um produto que saiu do mercado e não houve muitas reviews. O que também evidenciou aceitação do público para esse segmento.

No mais, a análise de algo fora do que estou acostumada a fazer me levou a utilizar meus conceitos de UX, pensar um pouco na experiência do usuário, tentar visualizar o macro do produto e não só o uso dele.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERRAZ, Ima Ruas *et al.* **O que leva o consumo pela maquiagem.** [2011?]. 30 f. TCC (Graduação) - Curso de Tecnólogo de Cosmetologia e Estética, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, [2011?]. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Ima%20Ferraz,%20Narijara%20Yabrude.pdf>. Acesso em: 04 jan. 2022.

NATHALIA GABRIELA. **Linha de Maquiagem Be Emotion da Polishop.** 2016. Disponível em: <https://www.glamourosasderosa.com/2016/04/linha-de-maquiagem-be-emotion-da.html>. Acesso em: 04 jan. 2022.

POLISHOP. **Catálogo BE Emotion.** 2016. Disponível em: <https://www.yumpu.com/pt/document/read/56881672/catalogo-be-emotion>. Acesso em: 04 jan. 2022

RIBEIRO, Maria Catarina de Alencar. **Vermelho da vitória: o design de embalagens do batom nos EUA do período entre guerras.** 2018. 160 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design) – Centro de Tecnologia,

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2018. Disponível em:  
<https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/33177> . Acesso em: 04 jan. 2022.