

O QUE LEVA O CONSUMIDOR ADOLESCENTE A OPTAR POR UM COSMÉTICO SUSTENTÁVEL?

Amanda O. ANDRADE¹; Maria J. P. de FREITAS²; Yasmin V. dos SANTOS³; Thiago A. de SOUZA⁴; Donizeti L. de SOUZA⁵

RESUMO

Nos dias atuais é fácil perceber a importância dos cosméticos e o seu impacto no mundo e na vida de cada pessoa, o que evidencia o fato do consumo de cosméticos sustentáveis ser importante, especialmente para as novas gerações. Neste sentido, o objetivo do artigo é entender os motivos que levam os consumidores adolescentes a adquirirem cosméticos sustentáveis. Trata-se de uma pesquisa de natureza aplicada, com objetivo descritivo, gênero empírico e abordagem mista que busca evidenciar os motivos que levam o público adolescente a realizar a compra de cosméticos sustentáveis. Utilizando os métodos apontados chegou-se à conclusão de que dentre os fatores que mais estimulam a compra dos adolescentes é a preocupação com o meio ambiente e a influência parental no momento da compra de cosméticos. Já o fator que mais desincentiva a compra de cosméticos sustentáveis é o alto preço desses produtos. Ademais, pode-se ressaltar que a sustentabilidade e o consumo consciente ainda não são tratados com a devida importância, o que justifica a proposta deste estudo.

Palavras-chave: Consumo; Consumo Sustentável; Sustentabilidade.

1. INTRODUÇÃO

Quando se pensa na realidade atual, pode-se observar como a natureza se encontra: altos índices de poluição, aquecimento global, queimadas, extinções de animais, derretimento das geleiras e calotas polares, dentre outros problemas ambientais. Isso demonstra a necessidade de uma preocupação com o planeta e nas futuras consequências que as atitudes tomadas hoje trarão. Uma forma de mudar essa realidade e uma tentativa de melhorar esse cenário é mudar alguns hábitos existentes, principalmente os de consumo, que estão especialmente presentes na sociedade brasileira no setor de cosméticos.

¹Discente, IFSULDEMINAS – *Campus* Pouso Alegre. E-mail: amanda1.andrade@alunos.ifsuldeminas.edu.br.

²Discente, IFSULDEMINAS – *Campus* Pouso Alegre. E-mail: maria3.freitas@alunos.ifsuldeminas.edu.br.

³Discente, IFSULDEMINAS – *Campus* Pouso Alegre. E-mail: yasmim.santos@alunos.ifsuldeminas.edu.br.

⁴Orientador, IFSULDEMINAS – *Campus* Pouso Alegre. E-mail: thiago.souza@ifsuldeminas.edu.br.

⁵Orientador, IFSULDEMINAS – *Campus* Pouso Alegre. E-mail: donizeti.souza@ifsuldeminas.edu.br.

Para melhor compreensão desta pesquisa, entende-se como consumo o ato ou efeito de consumir, enquanto consumo consciente é o ato de consumir levando em consideração não somente suas necessidades e vontades, mas também o ambiente em que você está inserido e as necessidades desse ambiente. ANVISA (2018), define como cosmético qualquer produto utilizado para a higiene e embelezamento. Já cosméticos sustentáveis são definidos por Guimarães (2020), como cosméticos que utilizam ingredientes naturais produzidos a partir de matérias-primas renováveis.

Danciu (2013) em seu trabalho afirmou que sem a produção sustentável, será cada vez mais difícil atender às expectativas e as aspirações dos consumidores. E, mesmo se não quiserem, os consumidores terão de viver de forma mais sustentável nas próximas décadas, algo que se mostra ainda mais presente na indústria têxtil e na indústria de cosméticos. De acordo com Cunha e Guerra (2003), a crise ambiental foi um dos mais importantes movimentos sociais dos últimos anos, sendo o estopim necessário para que o assunto fosse mais explorado. Mais pessoas ficaram interessadas no assunto e muitas empresas começaram a apostar nesta área e focar suas estratégias de marketing em assuntos relacionados à sustentabilidade.

Os cosméticos estão presentes no dia-a-dia de maneira frequente. Segundo Barbosa (2021), o Brasil possui o quarto maior mercado de produtos de beleza e higiene pessoal, estando em segundo lugar no ranking mundial de produção de fragrâncias. Frente a essas questões é fácil perceber a importância dos cosméticos e o seu impacto no mundo e na vida de cada pessoa, o que evidencia o fato do consumo de cosméticos sustentáveis ser importante quando se pensa no futuro do mundo e nas novas gerações.

Todas essas considerações ressaltam a problemática dessa pesquisa: O que levam os consumidores adolescentes a adquirirem cosméticos sustentáveis? Como meio para responder este questionamento, adolescentes de 13 a 17 anos responderam um questionário, o qual possibilitou a melhor obtenção de resultados para a compreensão deste universo e sobre como as empresas poderão desenvolver cosméticos sustentáveis, uma vez que os motivos do consumo tenham sido evidenciados. Para tanto, este artigo se organiza em torno de dois fatores básicos: localizar os fatores que levam os adolescentes a consumirem cosméticos sustentáveis e visibilizar os motivos destes não serem escolhidos ou colocados como preferenciais.

2. MATERIAL E MÉTODOS

Para a obtenção das respostas foi necessário realizar uma pesquisa de natureza aplicada, descritiva e empírica a partir da pesquisa de campo realizada com adolescentes entre 13 e 17 anos. Com o questionário aplicado obteve-se dados que agregam e abrangem a abordagem

quantitativa. O procedimento técnico utilizado para coletar os dados necessários para a pesquisa foi a técnica e-Survey, sendo assim realizado um questionário semiaberto através da plataforma Google Forms possuindo este ao todo 13 perguntas.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O questionário contou com um total de 85 respondentes. Foi questionado se os respondentes consumiam cosméticos sustentáveis. 60,7% disseram que sim e 39,3% disseram que não. Após isso se fez necessário analisar quantos teriam preferência a cosméticos sustentáveis e aqueles que os usam com exclusividade. Nesta análise foi revelado que 61,9% priorizam os cosméticos sustentáveis e que apenas 9,5% fazem seu uso exclusivo.

Ao retratar o público adolescente, foi incluído um questionamento sobre a influência parental no momento da compra de cosméticos, identificando que 54,8% dos respondentes afirmam que seus pais influenciam sim em suas compras de cosméticos, enquanto 45,2% dizem que seus pais não exercem tal influência.

A seguir são apresentados os Gráficos 1 e 2, com um resumo dos principais resultados em relação aos motivos de compra (Gráfico 1) e os motivos para não comprar (Gráfico 2).

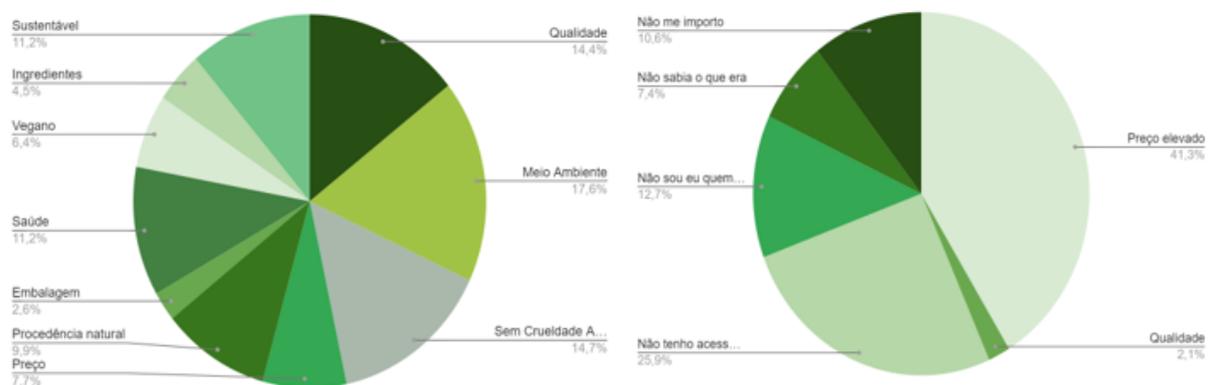


Gráfico 1 - Motivos de compra

Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 2 - Motivos para não comprar

Fonte: Elaborado pelos autores

Para adquirir maior clareza sobre as razões de compra foi disponibilizado uma questão com os motivos mais recorrentes para a compra de cosméticos sustentáveis, sendo identificado, conforme apresentado pelo Gráfico 1: meio ambiente (17,6%), sem crueldade ambiental (14,7%), qualidade (14,4%), sustentável (11,2%), saúde (11,2%), procedência natural (9,9%), preço (7,7%), vegano (6,4%), ingredientes (4,5%) e embalagem (2,6%).

Já em relação aos motivos de não realizar a compra de tais produtos, o Gráfico 2 apresenta que as duas principais causas são o preço elevado (41,3%) e a falta de acesso a tais produtos (25,9%),

seguidas por “não sou eu que compro meus cosméticos”, “não me importo”, “não sabia o que era” e “qualidade” em ordem decrescente.

4. CONCLUSÕES

Haja vista os dados apresentados, a utilização de cosméticos sustentáveis por adolescentes se torna cada vez mais gradual. Percebe-se que a falta de informações também é uma grande característica dos respondentes, a qual foi demonstrada tanto com a análise das respostas fechadas quanto com as abertas. O público feminino se destacou nas respostas, seja essa na geral ou daqueles que fazem o uso de cosméticos sustentáveis.

Com a análise das respostas abertas pode-se notar um desejo por maior visibilidade e acessibilidade, sendo a conscientização sobre os produtos necessária, seja de sua importância para o planeta ou para cada pessoa. A sustentabilidade e o consumo consciente ainda não são tratados com a devida importância e essa pesquisa pode contribuir para demonstrar isso.

REFERÊNCIAS

ANVISA – AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Cosméticos:** conceitos e definições. Disponível em: <http://antigo.anvisa.gov.br/en_US/cosmeticos/conceitos-e-definicoes>, acesso em 20 de agosto de 2022.

BARBOSA, D. Mercado brasileiro de cosméticos em alta e o impacto das embalagens pós-consumo, 2021. Disponível em: <<https://www.creditodelogisticareversa.com.br/post/m-mercado-brasileiro-de-cosmeticos-em-alta-e-o-impacto-das-embalagens-pos-consumo>>, acesso em 21 de agosto de 2022.

CUNHA, S. B.; GUERRA, J. T. **A questão ambiental:** diferentes abordagens. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003, 248p.

DANCIU, V. The contribution of sustainable marketing to sustainable development. **Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society**, v. 8, n. 2, p. 385-400, 2013.

GUIMARÃES, D. **Cosmético Sustentável:** a beleza em compromisso com a sustentabilidade, 2020. Disponível em: <<https://meiosustentavel.com.br/cosmetico-sustentavel>>, acesso em 21 de agosto de 2022.
