

PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES SOBRE COSMÉTICOS: um estudo de caso com estudantes da graduação em uma IES particular de Ituiutaba-MG¹

CONSUMERS' PERCEPTION OF COSMETICS: a case study with undergraduate students at a private HEI in Ituiutaba-MG

Paula Cristina Oliveira Garcia²

Anny Carolina de Oliveira³

RESUMO

O presente estudo investiga a percepção de consumidores de Ituiutaba, que fica localizada no centro-norte do Triângulo Mineiro de Minas Gerais, que tem uma população estimada de 106.397 habitantes de acordo com o IBGE, sobre cosméticos convencionais, naturais, orgânicos e veganos. Com a crescente preocupação com a saúde e a sustentabilidade, esse trabalho visa explorar como os fatores como marca, composição e impacto ambiental influenciam as escolhas de compra. Para tal, foram aplicadas técnicas de coleta de dados por meio de um questionário semiestruturado, divulgado a estudantes de uma Instituição de Ensino Superior (IES) local. Utilizando análise descritiva qualitativa, a pesquisa revela tendências de consumo e identifica lacunas de conhecimento, como a confusão entre cosméticos naturais e orgânicos. Os principais resultados mostram que 31% priorizam a marca, e 26,2% destacam os ingredientes. A pesquisa enfrenta limitações, incluindo a baixa diversidade de participantes e o número reduzido de respostas, destacando a necessidade de estudos futuros mais abrangentes.

Palavras-chave: sustentabilidade; consumo consciente; cosméticos; saúde; percepção.

ABSTRACT

This study investigates the perception of consumers in Ituiutaba, which is located in the north-central part of the Triângulo Mineiro region of Minas Gerais, which has an estimated population of 106,397 inhabitants according to the IBGE, regarding conventional, natural, organic and vegan cosmetics. With the growing concern for health and sustainability, this study aims to explore how factors such as brand, composition, and environmental impact influence purchasing choices. To this end, data collection techniques were applied through a semi-structured questionnaire distributed to students at a local Higher Education Institution (HEI). Using qualitative descriptive analysis, the research reveals consumption trends and identifies knowledge gaps, such as confusion between natural and organic cosmetics. The main results show that 31% prioritize the brand, and 26.2% highlight the ingredients. The research faces limitations, including the low diversity of participants and the small number of responses, highlighting the need for future, more comprehensive studies.

¹ Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade Mais de Ituiutaba - FacMais, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Farmácia, no segundo semestre de 2024.

² Acadêmica do 10º período do curso de Bacharelado em Farmácia pela Faculdade Mais de Ituiutaba - FacMais. E-mail: paula.garcia@aluno.facmais.edu.br

³ Professora-Orientadora. Licenciada em Química pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU) *campus* da Faculdade de Ciências Integradas do Pontal (FACIP). Mestra em Ensino de Ciências e Matemática (PPGECM/UFU). Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Educação pela Faculdade de Educação (FACED/UFU). Docente da Faculdade de Mais de Ituiutaba - FacMais. E-mail: anny.oliveira@facmais.edu.br

Keywords: sustainability; conscious consumption; cosmetics; health; perception.

1 INTRODUÇÃO

A indústria cosmética tem se adaptado, ao longo dos anos, acompanhando as mudanças no comportamento dos consumidores e nas demandas por produtos que atendam às preocupações de saúde, bem-estar e sustentabilidade. Em tempos de maior conscientização sobre os impactos de ingredientes químicos, os cosméticos convencionais, amplamente utilizados, começaram a enfrentar questionamentos, devido ao fato de que muitos consumidores se tornaram críticos em relação à presença de substâncias nocivas, como parabenos e sulfatos, presentes em grande parte dos produtos tradicionais. Essa insatisfação tem levantado um movimento de busca por alternativas que sejam percebidas como mais seguras e ecologicamente corretas. Percebe-se então uma tendência por busca de cosméticos naturais e orgânicos e estima-se que:

o mercado desse tipo de produto deverá atingir US \$25,11 bilhões até 2025, e no Brasil isso não é diferente, pois estima-se que haverá um crescimento de 5% a 10% desse mercado, até 2024, no país. Além disso, conforme dados do Euromonitor, divulgados pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), o Brasil ocupa o segundo maior mercado mundial em produtos capilares. Os shampoos, formulações usadas para higienizar os fios de cabelo e o couro cabeludo, representam uma grande fatia do mercado mundial de produtos de cuidados com os cabelos, correspondendo a mais de 30% desses produtos (Dilly, 2021, p. 5).

Nesse cenário, os cosméticos naturais, orgânicos e veganos ganharam popularidade, pois oferecem uma proposta diferente, tanto em termos de composição quanto a filosofia de produção. A transição do consumidor moderno para produtos mais sustentáveis está diretamente relacionada a fatores como o aumento da educação sobre o impacto ambiental, o bem-estar animal e a busca por um estilo de vida mais saudável. Além disso, a internet e as redes sociais têm desempenhado um papel central na divulgação de informações sobre as diferenças entre cosméticos convencionais e suas contrapartes naturais, orgânicas e veganas. Esse fenômeno digital tem facilitado o acesso a informações sobre a composição de produtos e incentivando o consumo mais consciente, no qual o consumidor não se preocupa apenas com a eficácia do produto, mas também com a sua origem e impacto que este pode causar no mundo.

Diante dessa tendência global, é relevante investigar como esses aspectos influenciam as escolhas de um grupo de consumidores de Ituiutaba-MG. Ituiutaba possui um mercado em desenvolvimento, mas com o acesso cada vez maior a informações sobre consumo sustentável, o que pode moldar decisões de compra de seus habitantes. No entanto, apesar da crescente preocupação ambiental e de saúde, pouco se sabe sobre como a população local avalia e diferencia cosméticos convencionais, naturais, orgânicos e veganos. Isso torna a pesquisa crucial para entender as particularidades do comportamento de consumo na cidade e como diferentes fatores influenciam suas decisões de compra.

Desta maneira, este estudo tem como principal objetivo investigar a percepção de estudantes de graduação de um Instituto de Ensino Superior (IES) particular de Ituiutaba, Minas Gerais, em relação aos diferentes tipos de cosméticos disponíveis no

mercado: convencionais, naturais, orgânicos e veganos. Além de identificar como esses produtos são compreendidos pela população local, a pesquisa busca explorar quais são os principais critérios de escolha no momento da compra, como o preço, a familiaridade com a marca, a qualidade percebida dos ingredientes, o impacto ambiental e a preocupação com o bem-estar animal. Com base nisso, será possível qualificar as motivações e barreiras para o consumo desses produtos na cidade.

Assim, espera-se que os resultados dessa pesquisa ofereçam uma percepção valiosa tanto para a indústria de cosméticos, empresas locais quanto para os próprios consumidores. Assim, entender as preferências e preocupações locais ajuda a desenvolver produtos e estratégias de vendas mais alinhadas às expectativas de um público em transformação. Para os consumidores, a pesquisa pode contribuir para uma maior conscientização sobre as opções disponíveis, fomentando escolhas mais informadas e responsáveis, em um contexto em que a sustentabilidade e a saúde são prioridades emergentes e compreender essas nuances se torna essencial para a construção de um mercado de cosméticos mais justo, transparente e sustentável em Ituiutaba.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Cosméticos: histórico e definição

Os cosméticos são hoje uma parte essencial do estilo de vida moderno em todo o mundo, atendendo a uma variedade de demandas dos consumidores. Silva (2023) evidencia marcas cronológicas do uso desses produtos, apontando que seu uso remonta ao Egito antigo, onde substâncias naturais eram utilizadas para cuidados pessoais. Durante a Idade Média, os cosméticos desapareceram em grande parte, ressurgindo com as Cruzadas, que introduziram produtos e hábitos de higiene e beleza do Oriente. No século XIX, o uso de cosméticos se tornou comum, especialmente na Itália e na França, onde perfumes eram produzidos para mascarar o mau odor corporal devido à falta de higiene. Civilizações como a da Índia e países árabes mostravam um maior cuidado com a higiene, utilizando métodos alternativos como pasta de amêndoas durante o banho (Silva, 2023).

De acordo com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa, 2020), no Brasil, os cosméticos são definidos como produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes, que possuem propriedades básicas ou elementares. Eles não requerem comprovação inicial nem detalhes sobre seu uso ou restrições, devido às características intrínsecas do produto, conforme estabelecido na Resolução – RDC Nº 752, de 19 de setembro de 2022 (Anvisa, 2022), para produtos de Grau 1 listados. Entretanto, para os produtos de Grau 2, há exigências específicas, incluindo indicações precisas e comprovação de segurança e eficácia para sua comercialização.

Os critérios para classificação consideram o potencial de efeitos indesejados devido ao uso inadequado, formulação, finalidade, áreas de aplicação e cuidados necessários durante a utilização do produto, tais como os descritos no Quadro 1 (Fernandes, 2021).

Quadro 1 – Exemplos de produtos de Grau 1 e 2.

Grau 1	Grau 2
Água de colônia, água perfumada, perfume e extrato aromático. Batom labial e brilho labial (sem finalidade fotoprotetora). Creme, loção e gel para o rosto (sem ação fotoprotetora da pele e com finalidade exclusiva de hidratação). Esmalte, verniz e brilho para as unhas. Xampu infantil. Sabonete infantil.	Batom labial e brilho labial (infantil e adulto), desodorante antitranspirante axilar (para adultos e crianças), enxaguatório bucal antisséptico (para adultos e crianças), esfoliante "peeling" químico (para cuidados com a pele), maquiagem com fotoprotetor (para proteção contra raios UV), produto para alisar e/ou tingir os cabelos (para cuidados capilares), protetor solar (para adultos e crianças).

Fonte: Anvisa (2022).

Os cosméticos são formulações complexas que contêm uma vasta gama de matérias-primas, podendo ser naturais ou sintéticas (Marques; Gonzalez, 2016). Esses produtos são direcionados aos cuidados da pele e do cabelo, proporcionando não apenas proteção e higienização, mas também perfumação, maquiagem e diversos outros benefícios. São itens essenciais para manter a saúde e a beleza do corpo humano, oferecendo uma ampla variedade de opções para atender às necessidades de cada pessoa (Girardello; Theodoro; Franzini, 2021).

2.2 Todo cosmético é igual? Os tipos de cosméticos existentes, de acordo com sua origem

Segundo Romero *et al.* (2018) os tipos de cosméticos podem variar desde os convencionais até os feitos com matérias-primas orgânicas. Devido ao fato de não haver uma definição oficial brasileira para diferenciação de cosméticos naturais e orgânicos, os autores apontam que diversas definições são importadas, levando a uma pluralidade conceitual. Enquanto os cosméticos convencionais não precisam necessariamente conter ingredientes naturais ou orgânicos, os naturais devem ter pelo menos 5% de suas matérias-primas certificadas como orgânicas.

Alguns cosméticos convencionais podem desencadear reações adversas, como hipersensibilidade e toxicidade, devido a conservantes sintéticos como metil e propilparabeno, associados a possíveis riscos de câncer de mama. Substâncias como triclosan e sais de alumínio, frequentes nesses produtos, também suscitam preocupações sobre sua segurança (Lima *et al.*, 2021).

Já os orgânicos exigem pelo menos 95% de ingredientes certificados como orgânicos em sua composição, com no mínimo 70% e no máximo 95% dos componentes da formulação com tal certificação. A rotulagem varia conforme o tipo de cosmético, sendo regulada pela Anvisa no caso dos convencionais e acompanhada de selos específicos para os orgânicos (Romero *et al.*, 2018).

Além destas definições, segundo o Instituto Biodinâmico - IBD, os produtos cosméticos naturais e orgânicos podem ser classificados também como outras formas, de acordo com as informações apresentadas no Quadro 2.

Quadro 2 - Definição de produtos cosméticos de acordo com o IBD.

Cosméticos Naturais	São aqueles que possuem ingredientes naturais, mas não obrigatoriamente possuem porcentagem de compostos orgânicos. Os requisitos para ser considerado natural varia por categoria de produto. Ao total, são 13 categorias.
---------------------	---

Cosméticos Naturais com porção orgânica pela norma Natrue	Pelo menos 70% das substâncias de origem vegetal e animal devem ter origem orgânica conforme a Regulamentação Europeia (EC) 834/2007 citada anteriormente.
Cosméticos orgânicos em conformidade com o Ministério de Agricultura e Pecuária (MAPA)	Pelo menos 95% de matérias primas devem ser orgânicas ou 70% de matérias primas feitas com ingredientes orgânicos.
Cosméticos Orgânicos em conformidade com a norma Natrue	Pelo menos 95% das substâncias naturais de origem vegetal e animal e das derivadas do natural devem ser de manejo orgânico controlado e/ou de acordo com os critérios da Regulamentação Europeia (EC) 834/2007 citada anteriormente.

Fonte: Soares (2020, p. 22).

Além destes, há que considere ainda os cosméticos veganos, que são quando, em sua formulação, não contêm produtos de origem animal e não foram testados em animais. Algumas certificadoras aceitam produtos que antes eram testados em animais, mas deixaram de sê-lo após 2009, enquanto outras exigem que nem a matéria-prima nem a formulação tenham sido testadas dessa forma (Caiado, 2020). A respeito dos cosméticos veganos, nota-se um movimento contrário uma vez que

Diferentemente das definições dos cosméticos naturais, as definições de cosméticos veganos, para as diversas entidades certificadoras, convergem para regras muito parecidas: são considerados cosméticos veganos os produtos que não são testados em animais e cuja composição não inclui matérias-primas de origem animal e/ou que tenham sido testadas em animais (Flor; Mazin; Ferreira, 2019, p. 02).

As empresas estão cada vez mais interessadas em adotar práticas sustentáveis na produção de cosméticos, visando reduzir os impactos ambientais e associar benefícios econômicos a essa abordagem. Esse movimento coincide com uma crescente conscientização sobre sustentabilidade em vários setores industriais, incluindo o de cosméticos, impulsionando a demanda por produtos naturais e orgânicos. Esse interesse é motivado pela sofisticação dos consumidores, que buscam por produtos saudáveis e naturais, e pela entrada de grandes empresas no segmento de cosméticos verdes. Além disso, mudanças demográficas, como o envelhecimento da população, e o interesse crescente por cosmecêuticos também contribuem para essa tendência (Nakagami; Pinto, 2020).

O termo “cosmecêutico” é uma combinação de “cosmético” e “farmacêutico”, descrevendo um produto cientificamente formulado para uso externo, visando efeitos estéticos desejáveis, enquanto atende aos padrões físico-químicos e médicos. Com o passar dos anos, essa terminologia evoluiu para uma definição mais precisa, caracterizando os cosmecêuticos como produtos que vão além da simples beleza, mas não alcançam o status de fármacos para ação terapêutica. Assim, os cosmecêuticos representam uma interseção entre as indústrias cosmética e farmacêutica, oferecendo funções adicionais além do aspecto estético. Eles podem conter substâncias capazes de alterar a estrutura e função biológica da pele, como vitaminas do complexo B, extratos de plantas, retinoides, entre outros ativos (Silva; Gomes; Vinha, 2021). O Quadro 3 apresenta algumas substâncias utilizadas nos cosmecêuticos e as respectivas ações cosméticas comprovadas.

Quadro 3 - Substâncias utilizadas nos cosmeceuticos e ações cosméticas comprovadas.

Substância	Ação cosmética
Retinoides	Diminuem a aparência dos sinais associados ao envelhecimento da pele
Polifenóis	Protegem a pele de danos causados pela radiação UV
Vitamina C	Ação despigmentante
Vitamina E	Protegem a pele de danos causados pela radiação UV
Pantenol (provitamina B5)	Hidrata a pele, diminui a aparência das rugas e aumenta a elasticidade da epiderme; Diminui a irritação cutânea (por exemplo, em casos de eritemas associados à exposição solar).
Hidroxiácidos (em particular o Alfa-hidroxiácido e o Beta-hidroxiácido)	Diminuem a rugosidade da pele; Ação esfoliante
Ácido Hialurônico	Redução das rugas devido à sua ação hidratante
Aloé Vera	Hidrata e suaviza a pele

Fonte: Gonçalves e Sousa (2016).

Frente ao exposto, torna-se importante compreender o perfil de consumo desse grupo de indivíduos que, apesar de não representar toda a população, pode trazer indícios importantes sobre os hábitos de consumo desses tipos de produtos pela população tijuicana.

3 METODOLOGIA

Para investigar a percepção dos consumidores sobre cosméticos convencionais, naturais, orgânicos e veganos em Ituiutaba-MG, foi adotada uma metodologia composta por diferentes etapas.

Após a realização de uma revisão bibliográfica sobre cosméticos, explorando os conceitos de cosméticos convencionais, naturais, orgânicos e veganos, foi elaborado um questionário semiestruturado (Anexo I). Esse questionário é composto por 12 perguntas objetivas, destinadas a avaliar o conhecimento dos consumidores sobre os diferentes tipos de cosméticos, além de traçar também seu perfil demográfico, fatores que influenciam suas escolhas e preferências de consumo. O questionário foi projetado de forma a abordar todos os aspectos relevantes para atingir os objetivos propostos.

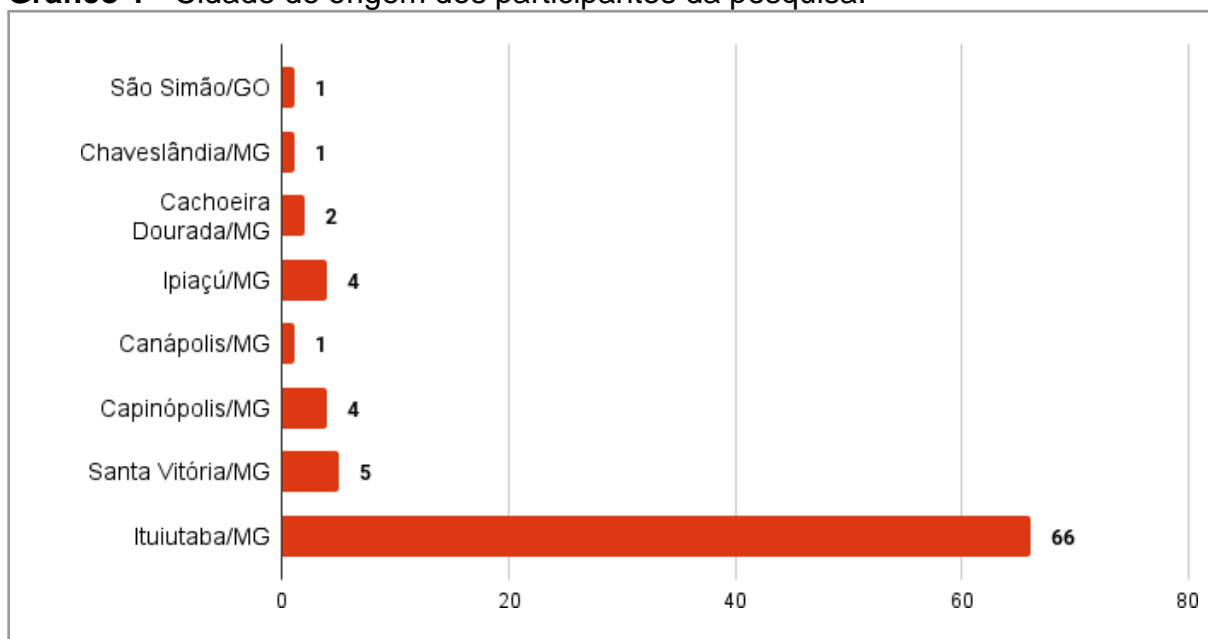
O questionário foi disponibilizado *online* por meio da plataforma Google Forms® e divulgado através do *e-mail* institucional, com o apoio da docente responsável pela orientação desta pesquisa. O envio do formulário por parte da orientadora se justifica tendo em vista que, desta forma, ela consegue realizar o disparo do *e-mail* em massa para todos os discentes dos diferentes cursos da instituição. Ressalta-se que o questionário estava aberto para receberem respostas dos participantes do período de 21 a 30 de outubro do presente ano, sendo que cada participante só podia respondê-lo uma única vez. Os participantes foram convidados a responder voluntariamente, garantindo-se o anonimato das respostas para proteger seus direitos éticos e garantir a confiabilidade dos dados.

Após a coleta dos dados, estes foram analisados de forma qualitativa. Os dados obtidos foram categorizados e apresentados de maneira descritiva, identificando padrões e tendências que emergiram das respostas dos participantes, fornecendo seus conhecimentos e apresentando a percepção dos consumidores em relação aos cosméticos e aos seus diferentes tipos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

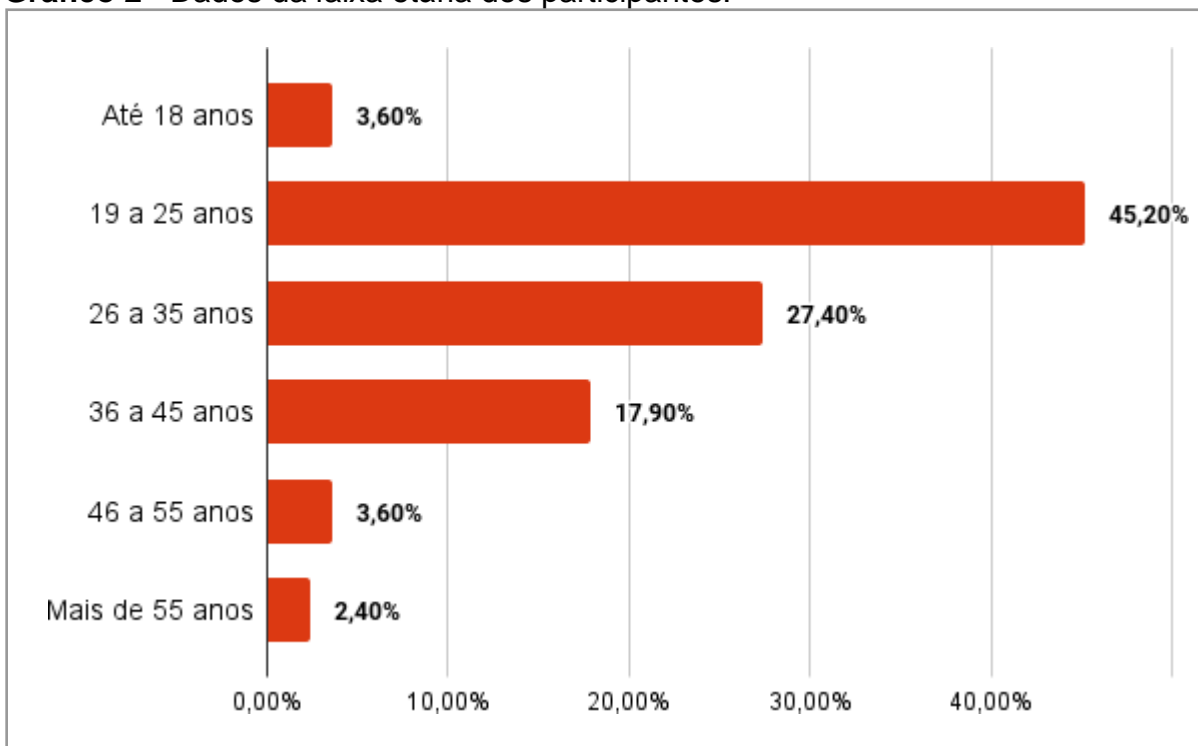
Os resultados da pesquisa apontaram a distribuição geográfica dos participantes que responderam ao questionário, destacando uma predominância de respostas provenientes de Ituiutaba-MG, município onde se encontra a Instituição de Ensino Superior (IES) responsável pelo estudo. O Gráfico 1 aponta que, do total, 66 respondentes são de Ituiutaba-MG. Também foram registradas contribuições de outras cidades da região, incluindo 5 participantes de Santa Vitória-MG, 4 de Capinópolis-MG, 4 de Ipiacú-MG, 2 de Cachoeira Dourada-MG, 1 de Canápolis-MG, 1 de Chaveslândia-MG e 1 de São Simão-GO. Do total de 84 respostas obtidas, 78,6% correspondem a participantes do sexo feminino, enquanto 21,4% são do sexo masculino.

Gráfico 1 - Cidade de origem dos participantes da pesquisa.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A análise da faixa etária dos participantes revelou uma diversidade significativa entre os respondentes, destacando a prevalência de jovens adultos na pesquisa. Conforme ilustrado no Gráfico 2, 3,60% dos participantes têm até 18 anos, enquanto a maior parcela, representando 45,20%, está na faixa de 19 a 25 anos. Em seguida, 27,40% dos respondentes têm entre 26 e 35 anos, e 17,90% se enquadram na faixa de 36 a 45 anos. Os participantes com idades entre 46 e 55 anos representam 3,60% do total, enquanto apenas 2,40% dos respondentes têm mais de 55 anos.

Gráfico 2 - Dados da faixa etária dos participantes.

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A maior porcentagem de respondentes pertence ao curso de Farmácia (22,6%), seguido pelos cursos de Psicologia (17,9%), Medicina (15,5%) e Direito (13,1%). Em contrapartida, os cursos com menor participação foram Engenharia Civil e Odontologia, com 1,20% cada. O curso de Administração também teve uma participação reduzida, representando 2,40% dos respondentes.

4.1 Percepção dos estudantes sobre cosméticos

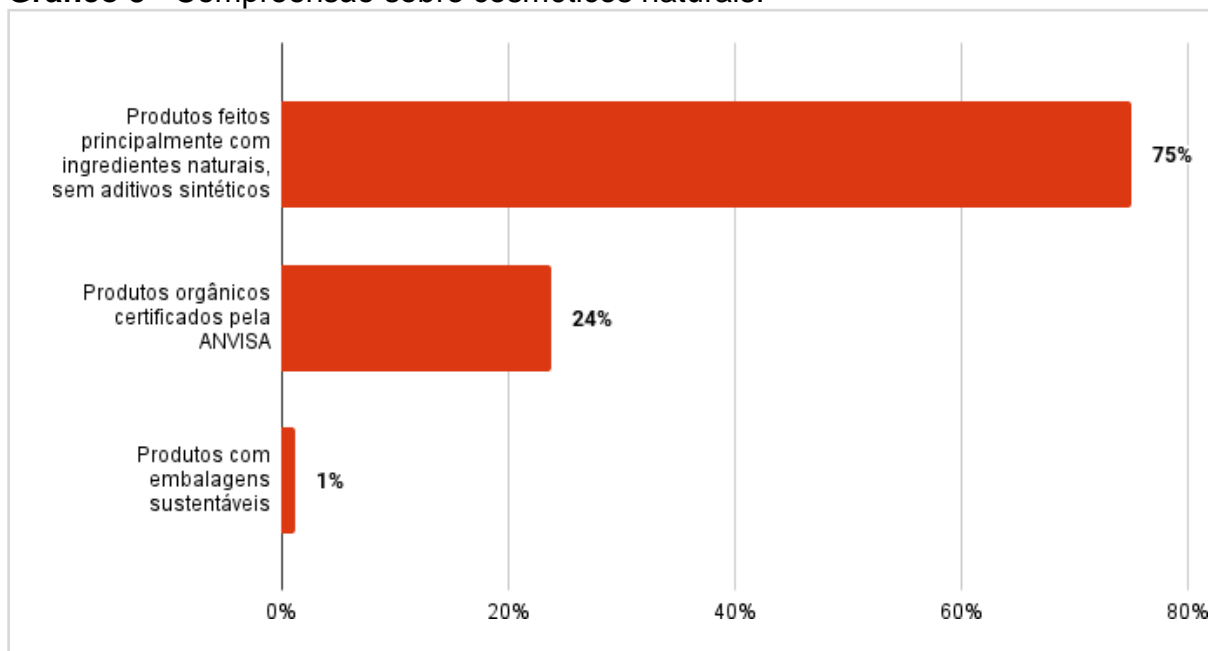
As respostas à pergunta relacionada aos fatores que influenciam a escolha de cosméticos mostraram tendências variadas. A análise revelou que 31% dos participantes consideram a marca como o fator mais importante ao escolher cosméticos. Além disso, 26,2% priorizam a leitura dos ingredientes no rótulo do produto, demonstrando preocupação com a composição dos itens que utilizam. Outros 17,9% afirmaram que suas escolhas são influenciadas por recomendações de familiares ou amigos, destacando o papel da opinião pessoal e das experiências de conhecidos.

Quando questionados sobre como definiriam os cosméticos convencionais, 57,1% dos participantes afirmaram que são produtos amplamente disponíveis em supermercados e farmácias, enquanto 38,1% definiram esses cosméticos como produtos fabricados com ingredientes sintéticos e químicos (sugerindo uma relação errônea por parte dos respondentes de que “o que tem química faz mal/é prejudicial”). De acordo com Romero *et al.* (2018), os cosméticos convencionais contêm uma alta porcentagem de ingredientes artificiais, como conservantes, aditivos, derivados de petróleo e componentes geneticamente modificados. Diferentemente dos cosméticos naturais, que minimizam o uso de substâncias químicas artificiais e podem buscar certificações ambientais, os cosméticos convencionais não são elegíveis para essa certificação. No entanto, todos os tipos de cosméticos, incluindo os convencionais,

devem seguir as regulamentações da Anvisa para garantir a segurança do consumidor. Apesar dessa diferença de composição, os cosméticos convencionais são amplamente disponíveis no mercado devido ao custo mais baixo e à facilidade de produção.

Também foi perguntado aos participantes o que eles entendiam por cosméticos naturais. Os resultados obtidos são apresentados no Gráfico 3.

Gráfico 3 - Compreensão sobre cosméticos naturais.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Conforme as respostas do Gráfico 3, a maioria dos consumidores (75%) associou os cosméticos naturais a produtos compostos principalmente por ingredientes naturais e sem aditivos sintéticos. Esse entendimento está em consonância com a descrição de Romero *et al.* (2018), que destacam a crescente demanda por produtos cosméticos naturais, que buscam atender a preocupações de saúde e sustentabilidade. Os cosméticos naturais são amplamente procurados por consumidores que preferem evitar substâncias sintéticas e optam por ingredientes provenientes da biodiversidade e de práticas agrícolas responsáveis.

No entanto, 24% dos respondentes associaram os cosméticos naturais a produtos orgânicos certificados pela ANVISA, o que reflete uma compreensão mais específica de cosméticos naturais que atendem a certificações oficiais de qualidade e sustentabilidade. Romero *et al.* (2018) mencionam que os cosméticos orgânicos são regulamentados por legislações que garantem que os produtos atendam a critérios específicos de qualidade e práticas de produção sustentável. Isso é particularmente relevante, pois a certificação orgânica, conforme a legislação brasileira, assegura que o produto não só é composto por ingredientes naturais, mas também segue normas rigorosas de produção ecológica e sustentável.

As respostas obtidas demonstram que há uma ampla compreensão de que cosméticos naturais devem ser predominantemente compostos por ingredientes naturais, mas ainda existe alguma confusão ou falta de conhecimento sobre o que caracteriza um produto como “orgânico” ou “certificado”, conforme as diretrizes estabelecidas pela ANVISA, o que é uma preocupação apontada também por Romero *et al.* (2018).

Quanto aos cosméticos orgânicos, os resultados da pesquisa revelaram que, em relação à compreensão sobre os cosméticos orgânicos, 61,9% dos participantes associaram esses produtos ao respeito ao meio ambiente em todas as etapas de produção. Outros 27,4% acreditaram que os cosméticos orgânicos são aqueles certificados por agências de controle de qualidade, enquanto 10,7% consideraram que são produtos feitos com ingredientes cultivados sem pesticidas ou fertilizantes químicos.

Conforme Lima *et al.* (2021), para que um cosmético seja considerado orgânico, ou biocosmético, há diretrizes rigorosas a serem seguidas. Esses produtos devem ter pelo menos 95% de matéria-prima orgânica na composição e não podem ser testados em animais, respeitando as normas ISO 65. A produção deve priorizar insumos tratados com adubo orgânico, respeitando as interações biológicas entre solo, água, plantas e animais, e evitando substâncias como antibióticos, hormônios de crescimento, agrotóxicos e modificações genéticas. Além disso, o processo deve utilizar energia renovável, e as embalagens devem ser biodegradáveis.

Os resultados da pesquisa sobre o conhecimento dos cosméticos veganos revelaram que 52,4% dos entrevistados afirmaram conhecer, mas que não entendiam completamente a diferença entre cosméticos veganos e outros tipos. Além disso, 21,4% disseram estar cientes da diferença entre cosméticos veganos e convencionais, enquanto 26,2% nunca tinham ouvido falar desses produtos. De acordo com Amaral e Oliveira (2023), os cosméticos veganos são produtos sem ingredientes de origem animal, refletindo um compromisso ético e ambiental. No entanto, a indústria às vezes usa estratégias de marketing enganosas, incluindo ingredientes sintéticos derivados do petróleo, que impactam o meio ambiente. O consumo consciente pode promover mudanças, incentivando práticas mais sustentáveis. Com maior transparência e compreensão sobre a composição dos produtos, é possível avançar rumo a um consumo mais responsável e ecológico.

Com relação às preferências dos tipos de cosméticos entre os participantes da Instituição de Ensino Superior (IES), a maioria, representando 51,2%, indicou não ter uma preferência específica entre cosméticos convencionais, naturais, orgânicos e veganos. Entre os que possuem uma escolha definida, 22,6% demonstraram uma inclinação pelos cosméticos convencionais, destacando a familiaridade ou acessibilidade desses produtos no dia a dia.

Por outro lado, 13,1% dos participantes revelaram uma preferência por cosméticos naturais, possivelmente valorizando a composição mais próxima da natureza e a redução de componentes químicos sintéticos. Em seguida, 10,7% manifestaram preferência por cosméticos veganos, refletindo uma preocupação com o bem-estar animal e com questões éticas e ambientais. O restante dos participantes optou por cosméticos orgânicos, indicando um interesse por produtos que respeitam práticas agrícolas sustentáveis e são livres de agrotóxicos e fertilizantes químicos.

Ao analisar a conscientização dos consumidores em relação aos impactos ambientais ao escolher cosméticos, os resultados mostram que metade dos participantes, 50%, nunca considerou essa questão no momento da compra. Outros 34,5% indicaram que às vezes levam em conta o impacto ambiental, mas isso depende da disponibilidade de produtos sustentáveis. Apenas 15,5% afirmaram que sempre consideram esses impactos antes de adquirir cosméticos.

Esses dados destacam uma percepção ambiental ainda limitada, embora crescente, entre os consumidores. Essa falta de consciência ambiental na escolha de cosméticos está em contraste com as inovações e preocupações crescentes na indústria, como apontam Zucco, Sousa e Romeiro (2020). Eles ressaltam que, se os

consumidores se tornarem mais conscientes e exigirem produtos que realmente priorizem o meio ambiente, a indústria poderá se sentir mais pressionada a adotar práticas verdadeiramente sustentáveis. O desafio, portanto, está em educar e sensibilizar o consumidor para que ele entenda o impacto ambiental de seus hábitos de consumo e possa usar seu poder de compra para promover mudanças significativas no setor de cosméticos.

Em relação à disposição dos participantes em experimentar cosméticos naturais, orgânicos e/ou veganos, 47,6% afirmaram que sim, motivados pela preocupação com a própria saúde e com o meio ambiente. Outros 51,2% responderam que talvez, caso esses produtos sejam acessíveis e de boa qualidade e apenas 1,2% responderam que não, tendo em vista já estarem satisfeitos com os cosméticos convencionais que já utiliza.

Os participantes foram questionados sobre onde costumam buscar informações sobre cosméticos, e os resultados mostraram uma diversidade de fontes. Uma parcela significativa, 32,1%, utiliza as redes sociais, como Instagram, Facebook e TikTok para obter essas informações e 2,4% se inspiram em influenciadores digitais, o que reflete a influência crescente das mídias digitais e dos influenciadores na tomada de decisão de consumo. 41,7% dos respondentes informaram que pesquisam em sites especializados e blogs, reforçando a importância dos veículos de comunicação virtuais nessas escolhas. Outros 8,3% relataram que confiam em amigos e familiares para obter essas informações, indicando a importância da opinião de pessoas próximas na escolha de produtos cosméticos. Além disso, 11,9% dos participantes preferem consultar médicos especialistas na área, demonstrando preocupação com a saúde e a segurança na escolha de cosméticos. Por fim, 3,6% mencionaram que buscam informações em outras fontes, embora não tenham especificado quais seriam essas alternativas, o que sugere a necessidade de explorar mais profundamente as preferências e hábitos de pesquisa desse público.

Os participantes foram questionados sobre sua confiabilidade em relação às informações sobre cosméticos, se preferem confiar em fontes *online* ou em recomendações pessoais. Os resultados mostram que 42,9% confiam igualmente em ambas as fontes, o que revela uma abertura para considerar diferentes perspectivas ao decidir sobre produtos cosméticos. Outros 42,9% afirmaram confiar mais em recomendações pessoais, destacando a relevância da opinião de pessoas conhecidas, que provavelmente são vistas como mais autênticas e imparciais. Por outro lado, 14,3% dos participantes preferem confiar mais em recomendações *online*, o que pode indicar o crescente impacto das avaliações, resenhas e influenciadores digitais na formação de opinião dos consumidores.

No final do questionário semiestruturado, perguntou-se aos participantes se já haviam participado de alguma pesquisa relacionada a cosméticos. A grande maioria, 94%, respondeu que nunca havia participado, enquanto apenas 6% afirmaram já ter participado de alguma pesquisa sobre o tema.

Esse resultado destaca a importância de realizar novas pesquisas sobre cosméticos, sejam eles naturais, convencionais, orgânicos e veganos. Explorar as percepções, hábitos de consumo e preocupações ambientais do público é essencial para entender melhor as tendências de mercado e os fatores que influenciam as escolhas dos consumidores. Além disso, pesquisas contínuas podem ajudar a identificar lacunas no conhecimento e promover o desenvolvimento de produtos mais sustentáveis e alinhados às necessidades e expectativas da sociedade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As considerações finais deste estudo refletem a importância de compreender a percepção dos consumidores sobre cosméticos convencionais, naturais, orgânicos e veganos em Ituiutaba-MG, considerando os objetivos estabelecidos. A pesquisa conseguiu atingir o objetivo principal de investigar como estudantes de graduação de uma Instituição de Ensino Superior avaliam os diferentes tipos de cosméticos, identificando os fatores que influenciam suas escolhas. As análises demonstraram que aspectos como a marca, a composição dos ingredientes e a preocupação com o impacto ambiental são elementos significativos na tomada de decisão dos consumidores locais.

Contudo, este estudo apresenta algumas limitações importantes. A pesquisa foi restrita a um público específico, estudantes de uma única universidade, o que pode não refletir a percepção de toda a população de Ituiutaba. Além disso, o número de respostas obtidas foi limitado, o que pode comprometer a generalização dos resultados. Outro fator que impacta a validade dos dados é a homogeneidade etária dos participantes, já que a maioria era composta por jovens adultos.

Para estudos futuros, recomenda-se ampliar a amostragem, incluindo diferentes grupos demográficos e contextos sociais, o que possibilitaria uma compreensão mais abrangente do comportamento de consumo em relação a cosméticos na região. Também seria interessante realizar comparações entre consumidores de diferentes localidades e níveis de educação para verificar se esses fatores influenciam a percepção sobre cosméticos sustentáveis. Além disso, métodos qualitativos, como entrevistas ou grupos focais, poderiam enriquecer a análise, oferecendo dados mais profundos sobre as motivações e barreiras para o consumo consciente.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Fernando; OLIVEIRA, Carlos Jorge Rocha. Cosméticos Veganos - Artigo de opinião. **Brazilian Journal of Natural Sciences**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. e1672023, 13 jan. 2023. DOI: <http://dx.doi.org/10.31415/bjns.v5i1.167>. Disponível em: <https://bjns.com.br/index.php/BJNS/article/view/167>. Acesso em: 17 nov. 2024.

ANVISA, Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Conceitos e Definições: cosméticos. Cosméticos. **ANVISA**, 26 out. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/acessoainformacao/perguntasfrequentes/cosmeticos/conceitos-e-definicoes> . Acesso em: 28 abr. 2024.

ANVISA, Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução – RDC N° 752, de 19 de setembro de 2022**. Dispõe sobre a definição, a classificação, os requisitos técnicos para rotulagem e embalagem, os parâmetros para microbiológico, controle bem como os requisitos técnicos e procedimentos para a regularização de produtos de higiene pessoal, perfumes. Brasília, 2022. Disponível em: https://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/5738443/RDC_752_2022_.pdf/66ee0d82-4641-441b-b807-109106495027. Acesso em: 17 nov. 2024.

CAIADO, Ana Laura Martins. **cosméticos Veganos, Naturais e Orgânicos**. 2020. 30 f. TCC (Graduação) - Curso de Farmácia, Universidade de Uberaba, Uberaba, 2020.

DILLY, Jhulia Naoni. **Cenário Atual do Mercado de Shampoos Naturais e Orgânicos Produzidos e Comercializados no Brasil**. 2021. 30 f. TCC (Graduação) - Curso de Farmácia, Centro de Ciências da Saúde, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/228744/TCC.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 17 nov. 2024.

FERNANDES, Vanessa de Matos. **CRUELTY FREE: uso de metodologias alternativas à testes em animais para garantir a segurança de produtos cosméticos. Uma revisão**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso de Farmácia-Bioquímica – Faculdade de Ciências Farmacêuticas – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

FLOR, Juliana; MAZIN, Mariana Ruiz; FERREIRA, Lara Arruda, **Cosméticos Naturais, Orgânicos e Veganos. Cosmetics & Toiletries**, v. 31, mai-jun, p. 31-36, 2019.

GIRARDELLO, Ana Paula Cardoso; THEODORO, Viviane; FRANZINI, Cristina Maria. Estudo sobre as características e produção de cosméticos orgânicos. **Revista Científica da FHO Uniararas**, v. 9, n. 1, p. 112-121, 2021.

GONÇALVES, Mariana da Silva Lúcio; SOUSA, João José Martins Simões. **Nutricosméticos e cosmecêuticos: condicionantes regulamentares e posicionamento no mercado atual**. 2016. 32 f. Monografia (Especialização) - Curso de Farmácia, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal, 2016.

LIMA, Luana Ribeiro de *et al.* **COSMÉTICOS ORGÂNICOS: uma tendência crescente no mercado. Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 7, n. 1, p. 4322-4331, jan. 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.34117/bjdv7n1-291>. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/23016/18497>. Acesso em: 17 nov. 2024.

MARQUES, Maria Alice; GONZALEZ, Rosangela Barzinski. Desvendando os componentes de uma formulação cosmética. *In: SANTOS, Amanda Luizetto dos et al. Cosmetologia*. São Caetano do Sul: Difusão, 2016. p. 65.

NAKAGAMI, Izabella Ayume; PINTO, Liliane Pereira. Beleza sustentável: ativos naturais na formulação de cosméticos orgânicos. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 88922064, 1 jan. 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i2.2064>. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/2064>. Acesso em: 17 nov. 2024.

ROMERO, Valéria *et al.* Diferenças entre cosméticos orgânicos e naturais: literatura esclarecedora para prescritores. **Surgical & Cosmetic Dermatology**, [S. l.], v. 10, n. 3, p. 188-193, set. 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.5935/scd1984-8773.20181031087>. Disponível em: <http://www.surgicalcosmetic.org.br/details/646/en-US/differences->

[between-organic-and-natural-cosmetics--clarifying-literature-for-prescribers](#). Acesso em: 17 nov. 2024.

SILVA, Carla Alexandra Lopes Andrade de Sousa e; GOMES, Diana; VINHA, Ana Cristina Mendes Ferreira da. COSMECÊUTICOS E SUSTENTABILIDADE: valorização de subprodutos agro-alimentares. *In*: PESSOA, Débora Luana Ribeiro (Org.) **Farmácia e Suas Interfaces Com Vários Saberes**, v. 3, Ponta Grossa: Atena, 2021. p. 60-80. DOI: <http://dx.doi.org/10.22533/at.ed.8212112066>. Disponível em: <http://www.surgicalcosmetic.org.br/details/646/en-US/differences-between-organic-and-natural-cosmetics--clarifying-literature-for-prescribers>. Acesso em: 17 nov. 2024.

SILVA, Emerson Gonçalves da. **O crescimento da indústria de cosméticos no Brasil: caso da “Natura”, nos anos de 2010 e 2020**. 2023. 39 f. Monografia (Especialização) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2023.

SOARES, Valéria Pereira. **Cosméticos naturais e orgânicos**: uma opção de inovação sustentável. 2020. 49 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia Química, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa-PB, 2020.

ZUCCO, Alba; SOUSA, Francisco Santana de; ROMEIRO, Maria do Carmo. Cosméticos naturais: uma opção de inovação sustentável nas empresas. **Brazilian Journal of Business**, [S. l.], v. 2, n. 3, p. 2684-2701, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.34140/bjbv2n3-056>. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJB/article/view/15409/12679>. Acesso em: 17 nov. 2024.

ANEXO I - Questionário enviado aos estudantes para participação voluntária

- 1) Em que cidade você reside? _____

- 2) Você é do sexo:
 - Feminino
 - Masculino
 - Prefiro não dizer

- 3) Qual a sua faixa etária?
 - Até 18 anos
 - 19 a 25 anos
 - 26 a 35 anos
 - 36 a 45 anos
 - 46 a 55 anos
 - Mais de 55 anos

- 4) A qual curso de graduação da FacMais você pertence?

<input type="radio"/> Administração	<input type="radio"/> Farmácia
<input type="radio"/> Ciências Contábeis	<input type="radio"/> Medicina
<input type="radio"/> Direito	<input type="radio"/> Medicina Veterinária
<input type="radio"/> Educação Física	<input type="radio"/> Nutrição
<input type="radio"/> Enfermagem	<input type="radio"/> Odontologia
<input type="radio"/> Engenharia Civil	<input type="radio"/> Psicologia

- 5) Na sua opinião, qual fator você considera mais ao escolher cosméticos?
 - Preço
 - Ingredientes
 - Marca
 - Recomendação de familiares/amigos
 - Outro

- 6) Como você definiria os cosméticos convencionais?
 - Produtos fabricados com ingredientes sintéticos e químicos.
 - Produtos testados em animais e com conservantes artificiais.
 - Produtos amplamente disponíveis em supermercados e farmácias.

- 7) O que você entende por cosméticos naturais?
 - Produtos feitos principalmente com ingredientes naturais, sem aditivos sintéticos.
 - Produtos orgânicos certificados pela ANVISA.
 - Produtos com embalagens sustentáveis.

- 8) E quanto aos cosméticos orgânicos, o que você sabe sobre eles?
 - Produtos feitos com ingredientes cultivados sem pesticidas ou fertilizantes químicos.
 - Produtos certificados por agências de controle de qualidade orgânica.
 - Produtos que respeitem o meio ambiente em todas as etapas de produção.

- 9) Você está familiarizado com os cosméticos veganos?
- Sim, são produtos que não contêm ingredientes de origem animal e não são testados em animais.
 - Não, nunca ouvi falar sobre esse tipo de cosmético.
 - Conheço, mas não entendo completamente a diferença entre cosméticos veganos e outros tipos.
- 10) Você tem preferência por algum tipo específico de cosmético (convencional, natural, orgânico, vegano)?
- Cosméticos Convencionais
 - Cosméticos Naturais
 - Cosméticos Orgânicos
 - Cosméticos Veganos
 - Não tenho preferência.
- 11) Você já considerou os impactos ambientais ao escolher cosméticos?
- Sim, sempre levo em consideração o impacto ambiental antes de comprar cosméticos.
 - As vezes, dependendo da disponibilidade de produtos sustentáveis.
 - Não, nunca pensei sobre isso ao escolher cosméticos.
- 12) Você estaria disposto(a) a experimentar cosméticos naturais/orgânicos/veganos?
- Sim, estou preocupado(a) com minha saúde e o meio ambiente.
 - Talvez, se forem acessíveis e de qualidade.
 - Não, prefiro os cosméticos convencionais que já uso.
 - Não, não confio na eficácia desses produtos.
- 13) Onde você costuma buscar informações sobre cosméticos?
- Internet (Sites especializados, blogs)
 - Redes Sociais (Instagram, Facebook, etc;)
 - Amigos/Família.
 - Influenciadores digitais.
 - Médicos especialistas da área.
 - Outras fontes.
- 14) Você confia mais em informações online ou em recomendações pessoais?
- Confio mais em informações online.
 - Confio mais em recomendações pessoais.
 - Confio igualmente em ambos.
 - Não confio.
- 15) Você já havia participado de alguma pesquisa a respeito de cosméticos?
- Sim
 - Não

