PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS QUANTO AOS COSMÉTICOS NATURAIS

Alice Altenerath Nunes[1]

Michele Pereira Uliana[2]

RESUMO

A utilização de cosméticos naturais vem ganhando cada vez mais espaço no mercado que até então pertencia aos cosméticos convencionais, essa busca por cosméticos que agridem menos a saúde e o meio ambiente fez com que muitos consumidores optassem pela utilização de produtos naturais, fazendo assim que o mercado alcançasse um crescimento notável no que se diz respeito ao consumo de cosméticos naturais. Os cosméticos naturais são definidos como aqueles que possuem somente substâncias naturais em sua formulação, ou seja, o uso de ingredientes sintéticos é restringido e sua composição deverá constar 95% de ingredientes naturais sendo ela certificada ou não. O objetivo desse trabalho é avaliar o perfil dos entrevistados, seu nível de conhecimento, a motivação para compra e os hábitos de consumo em relação aos cosméticos naturais. A análise dos resultados foi feita de maneira quantitativa, transversal e descritiva através da aplicação de um questionário online que obteve 148 respostas ao longo de um período de 15 dias. Com os resultados encontrados na pesquisa pode-se concluir que o consumo dos cosméticos naturais é motivado por uma forte preocupação com o meio ambiente, a não execução de testes em animais e o menor risco à saúde, uma vez que esses produtos possuem ingredientes naturais e sendo assim menos agressivos. Notou-se também a falta de interesse e conhecimento dos consumidores em relação aos selos de certificação natural, e que muitas vezes eles são dispensados na aquisição dos produtos. É necessário que haja incentivo e investimento por parte das empresas na área de cosméticos naturais, buscando assim ampliar cada vez mais o mercado.

Palavras-chave: Substâncias naturais; Consumidor; Certificação.

ABSTRACT

The use of natural cosmetics is gaining more and more space in the market that until then belonged to conventional cosmetics, This search for cosmetics that harm less health and the environment has caused many consumers to opt for the use of natural products, thus making the market achieve remarkable growth in the consumption of natural cosmetics. Natural cosmetics are defined as those that have only natural substances in their formulation, that is, the use of synthetic ingredients is restricted and its composition should contain 95% of natural ingredients being certified or not. The objective of this work is to evaluate the profile of the interviewees, their level of knowledge, the motivation to buy and the consumption habits in relation to natural cosmetics. The analysis of the results was done in a quantitative, transversal and descriptive way through the application of an online questionnaire that obtained 148 responses over a period of 15 days. With the results found in the research, it can be

[1]Graduanda do Curso de Farmácia do Centro Universitário Salesiano (UniSales). E-mail: alicenunes8@hotmail.com

[2]Professora, Graduada em Farmácia pela Universidade Vila Velha (UVV). Especialista em Manipulação (Emescam) e Homeopatia (Instituto Hahnemanniano do Brasil). Mestre em Ciências Farmacêuticas (UVV). E-mail: muliana@salesiano.br

concluded that the consumption of natural cosmetics is motivated by a strong concern with the environment, the non-execution of animal tests and the lower risk to health, since these products have natural ingredients and are thus less aggressive. It was also noted the lack of interest and knowledge of consumers in relation to natural certification seals, and that they are often dispensed with in the purchase of products. It is necessary that there is incentive and investment on the part of companies in the area of natural cosmetics, thus seeking to expand the market more and more.

Keyword: Natural substances; Consumer; Certification.

1. INTRODUÇÃO

A busca por produtos mais sustentáveis e naturais está cada vez maior isso porque grande parte dos consumidores atuais se preocupa com os ingredientes contidos nos cosméticos convencionais, e as gerações de resíduos que eles podem causar ao meio ambiente, por conta disso os cosméticos naturais se tornaram uma alternativa para os consumidores que se preocupam com o meio ambiente e bem-estar pessoal (NOGUEIRA, 2019).

“Preservar o meio ambiente, parecer natural e sentir- se bem na própria pele” (KANTAR WORLDPANEL, 2018) são os fatores que levaram os consumidores atuais a utilizarem cada vez mais produtos de origem natural, resultado da crença de que sejam mais seguros, benéficos a saúde e melhores para o meio ambiente. Estudos apontam que 50% dos consumidores têm preferência por produtos naturais e orgânicos que são livres de poluentes e sulfatos (KANTAR WORLDPANEL, 2018).

Esse aumento no consumo de cosméticos naturais consequentemente fez com que as empresas mudassem os seus hábitos e investissem mais em produtos de origem natural ampliando o mercado, a facilidade de acesso as informações tornou o consumidor mais consciente e mais exigente em suas escolhas (ARAÚJO; PAIVA; FILQUEIRA, 2007).

Mesmo com o crescente aumento da indústria de produtos naturais, ainda não existem regulações ou definições específicas para esses cosméticos. Devido à falta de padronização, foram criadas regras de abrangência nacional e internacional que emitem certificações com padrões próprios que buscam garantir a origem da matéria-prima, toxicologia, segurança e eficácia, onde também estão incluídos as reações de síntese e o modo de produção dos produtos de origem natural e orgânica (FLOR; MAZIN; FERREIRA, 2019).

Essa falta de padronização e regulamentações especifica facilita que empresas má intencionadas utilizem do marketing verde como uma forma de aumentar suas vendas e ganhar mais consumidores, utilizando de argumentos sustentáveis como produtos totalmente naturais, biodegradáveis e recicláveis de forma exagerada que na realidade podem ser falsos ou enganosos. O greenwashing ou lavagem verde é definido por “[...] informações falsas ou incompletas de uma organização apresentando uma imagem pública ambientalmente responsável [...]” (FURLOW, 2008), esse fator induz os consumidores sem conhecimento a adquirir produtos que se dizem sustentáveis e naturais quando na realidade são fabricados e formulados de maneira convencional, o greenwashing não só prejudica os consumidores e empresas como também o meio ambiente (BROUWER, 2016).

Portanto, os consumidores de fato sabem o que são os cosméticos naturais?E o que os leva a consumir produtos naturais é realmente a sua origem ou a influência das

mídias digitais? Dessa forma, o objetivo desse trabalho é avaliar o perfil dos entrevistados, seu nível de conhecimento, a motivação para compra desses produtos e seus hábitos de consumo em relação aos cosméticos naturais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O MERCADO DOS COSMÉTICOS NATURAIS

Os atuais consumidores de cosméticos vêm substituindo cada vez mais os produtos sintéticos por produtos de origem natural ou orgânica e estima-se que no ano de 2023 haverá um crescimento em massa no que se diz respeito ao consumo de cosméticos de origem natural. Temas relacionados a maus-tratos aos animais, sustentabilidade e os relatos frequentes sobre irritações causadas por ingredientes sintéticos, fez com que os consumidores mudassem os seus hábitos e consequentemente alterações nas empresas, buscando um maior desenvolvimento de matérias-primas e processos de fabricação direcionados à produção de cosméticos naturais (FONSECA-SANTOS; CORRÊA; CHORILLI, 2015).

A ânsia por produtos novos só tende a expandir o mercado orgânico, aumentando a criação, o lançamento de novos cosméticos e fazendo com que as empresas adquiram maior participação nesse meio, utilizando plantas e ervas na fabricação de cosméticos (INSTITUTO BIODINÂMICO, 2019).

O “consumidor verde” geralmente é aquele atento a segurança e aos benefícios que o cosmético possui e procuram características como, qualidade da matéria-prima, sustentabilidade, produtos *freefrom e crueltyfree*, que significa produtos livres de ingredientes considerados “proibidos” que possam causar danos à saúde, ao meio ambiente e que não são testados em animais (INSTITUTO BIODINÂMICO, 2019).

A utilização de produtos naturais gera não só benefícios ao consumidor como também para as empresas produtoras, pois ao contrário dos cosméticos sintéticos que são quimicamente produzidos, os cosméticos naturais possuem ingredientes inteiramente retirados da natureza não possuindo insumos nocivos a saúde, além de que a produção de cosméticos naturais reduz os impactos ambientais que quando descartados poluem menos o meio ambiente (NOGUEIRA, 2019).

2.2 DEFINIÇÕES E REGULAMENTAÇÕES DOS COSMÉTICOS NATURAIS

2.2.1 Cosméticos sintéticos

Segundo a Resolução da Diretoria Colegiada RDC N° 7 (2015), cosmético é definido como:

> Produtos de higiene pessoal, perfumes e cosméticos são definidos como preparações constituídas por substâncias naturais ou sintéticas, que se usa externamente em diversas áreas do corpo, sendo o seu uso não somente para alterar a aparência, como também para inibir odores corporais, protegê-los e mantê-los em bom estado (ANVISA, 2015).

Os cosméticos sintéticos são aqueles que em sua formulação podem conter ingredientes artificiais, independente da forma em que foi adquirido ou extraído, podendo também ser testados em animais. Geralmente, são considerados seguros, mas nos últimos tempos tem-se observado um aumento nas reações adversas advindas do seu uso. Os conservantes são os que mais causam problemas ao

consumidor, como as irritações causadas por parabenos, assim como as substâncias "[...] ácido benzóico e seus derivados, formaldeído, clorometilisotiazolona/metilisotiazolona, clorexidina, cloreto de benzalcônio, propilenoglicol, e tioglicolato de gliceril [...]" (CANDIOTTO; WAYHS *apud* HARRIS, 2005). Isso fez com que os consumidores passassem a substituir os cosméticos convencionais pelos cosméticos naturais (CANDIOTTO; WAYHS, 2010).

A preocupação dos consumidores atuais quanto aos cosméticos sintéticos está relacionada à utilização de ingredientes potencialmente tóxicos, principalmente quando utilizados de forma contínua. Substâncias como o lauril sulfato de sódio (LSS), que são amplamente utilizados na fabricação de xampus como agente formador de espuma e os parabenos como conservantes, são constantemente apontados como fontes de toxicidade crônica (COSMETOLOGIA ORGÂNICA, 2016).

2.2.2 História e definição dos cosméticos naturais

Na história, o uso de insumos naturais e vegetais vem sendo utilizados desde os homens pré-históricos, onde utilizavam cascas de árvores, seiva de folhas e até mesmo terra para pintar o corpo e se tatuarem; pastas eram produzidas a partir de pigmentos extraídos de vegetais, como o açafrão e mostarda; os romanos e gregos usavam extratos vegetais, como azeite de oliva e o óleo de pinho (GALEMBECK; CSORDAS, 2015).

Nos cosméticos naturais o uso de ingredientes sintéticos é restringido, uma vez que para ser considerada natural, sua composição deverá constar 95% de ingredientes de origem natural, sendo ela certificada ou não. Eles devem ser produzidos naturalmente, desde seu método de extração, fabricação, matéria-prima e até mesmo embalagem, mantendo-se assim até o resultado do seu processamento (LUZ, 2018; SOCIEDADE NACIONAL DE AGRICULTURA, 2016).

De acordo com a ISO 16128-1 (apud SOUZA, 2017), os cosméticos naturais devem conter em sua composição ingredientes de fontes como plantas, animais, minerais (não são considerados os de origem fóssil, como os petrolatos), ou microrganismos obtidos por meio de processos físicos (moagem, secagem, destilação), fermentações que acontecem na natureza, ou processos que resultem em modificações químicas intencionais, como a que ocorre por meio de solventes.

2.3 DA REGULAMENTAÇÃO

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), não possui diretrizes e nem certificações específicas para produtos orgânicos e naturais e essa falta de padrão levam as empresas a criarem suas próprias diretrizes aplicadas aos cosméticos. Essa falta de regulação abre espaço para as empresas venderem produtos naturais, sendo que na verdade foram fabricados de forma tradicional, com aditivos e conservantes quimicos convencionais (FONSECA-SANTOS; CORRÊA; CHORILLI, 2015).

Em 2007, na Europa, foi criada uma associação sem fins lucrativos que padroniza o desenvolvimento de cosmeticos orgânicos e naturais, a *Natrue.* Essa associação estabelece regras e padões que devem ser seguidos pelas empresas fabricantes de produtos candidatos à certificação, envolvendo desde a materia-prima utilizada até o modo de fabricação final do produto. O Instituto Biodinâmico (IBD) é a maior certificadora da America Latina para produtos orgânicos e naturais. Em parceria

com a *Natrue*, o IDB certifica os produtos importados e exportados, e quando o mesmo é desenvolvido para Brasil, recebe o selo do instituto biodinâmico (FLOR; MAZIN; FERREIRA, 2019; INSTITUTO BIODINÂMICO, 2019).

Atualmente, existem quatro certificações quando se trata de cosmético orgânico e natural: IBD (Brasil), ECOCERT (França), COSMOS (Cosmetic Organic Standard, Europa)e a USDA (U.S Department of Agriculture, Estados Unidos) (BARROS, 2017).

O COSMOS e a ECOCERT possuem diretrizes semelhantes na certificação dos cosméticos naturais, pensando no desenvolvimento, sustentabilidade e implementando regras para a produção de cosméticos naturais e orgânicos, de forma a contribuir com o meio ambiente (COSMETICS ORGANIC AND NATURAL STANDARD, 2020).

O IBD certifica somente empresas autorizadas pela Agência Nacional de Vigilância sanitária (ANVISA) além de precisarem possuir "[...] licenças válidas emitidas por órgãos reguladores de extração e/ou produção dos respectivos ingredientes [...]" (INSTITUTO BIODINÂMICO, 2019).

2.4 FORMULAÇÃO

Para que um produto seja considerado natural, devem-se seguir padrões estabelecidos no processo de formulação. Geralmente, o cosmético natural não pode conter nenhum tipo de ingrediente químico entre seus componentes, ou seja, o uso de conservantes sintéticos é proibido. Algumas características devem ser levadas em consideração no processo de formulação de produtos naturais, como: contaminação microbiológica, matéria-prima utilizada, necessidade de água na fabricação dos cosméticos, e a estabilidade do produto (SEBRAE, 2019).

2.4.1 Ingredientes permitidos e proibidos

Os ingredientes permitidos na fabricação de cosméticos naturais são aqueles advindos de produtos naturais ou de origem mineral, adquiridos por meio de exploração agrícola e que cumpram os requisitos impostos pelas certificadoras ao longo da produção (ECOCERT, 2003).

Segundo o IBD (2019), são permitidas as substâncias naturais que não sofreram por modificações, ou seja, somente são permitidos ingredientes de origem natural/orgânica como, por exemplo, ceras, óleos, polissacarídeos e outros, podendo ser utilizados se forem produzidos por meio de reações químicas e mecanismos fisiológicos. A utilização de ingredientes que possuem origem animal é permitida quando extraídos de seres vivos, ou seja, caso o animal tenha que ser sacrificado como os animais vertebrados, o uso desses ingredientes é proibido (INSTITUTO BIODINÂMICO, 2019).

A utilização de fragrâncias como os óleos essências é permitida, mas essas devem seguir as exigências diretrizes e normas IBD, contudo fragrâncias sintéticas que se assemelham ao natural não podem ser utilizadas nos cosméticos naturais certificados pelo IBD. Substâncias como os tensoativos detergentes podem ser utilizados nos cosméticos naturais desde que sejam biodegradáveis não causando impacto ambiental (INSTITUTO BIODINÂMICO, 2019).

Na produção de cosméticos naturais são proibidos os ingredientes como, corantes e fragrâncias sintéticas, antioxidantes, emolientes, óleos, gorduras e silicones de síntese, juntamente com os ingredientes adquiridos da indústria petroquímica (ECOCERT, 2003).

Processos em que há risco à saúde ou ao meio ambiente são proibidos, como por exemplo, a utilização de nanomateriais, organismos que são geneticamente modificados e irradiação de raios-x e gama (COSMETICS ORGANIC AND NATURAL STANDARD, 2020).

2.4.2 Matéria- prima

Todas as matérias-primas de origem natural e orgânica são autorizadas, desde que não sejam extraídas de fontes não naturais ou por meios sintéticos. Segundo a ISO 16128-1citado por Souza (2017), produtos naturais e orgânicos devem conter matéria-prima advinda de fontes naturais, ou seja, aqueles adquiridos apartir de plantas, animais, minerais, microrganismos, extratos vegetais, óleos essenciais, ácidos orgânicos de cítricos, e hidrolatos (AZAMBUJA, 2017; SOUZA, 2017).

As certificadoras IBD e ECOCERT possuem algumas exigências diferentes quanto à matéria-prima utilizada em cosméticos naturais: a IBD caracteriza a matéria-prima natural como “[...] substâncias naturais sem modificações como os óleos, extratos vegetais hidroalcoólicos, inorgânica-mineral (e não orgânica-mineral como o óleo mineral), ou animal (exceto vertebrados) e suas misturas [...]” onde a mesma não inclui a água como ingrediente natural (INSTITUTO BIODINÂMICO, 2019).

A ECOCERT e o COSMOS possuem as mesmas exigências quanto à matéria-prima, onde os mesmos devem ser adquiridos da agricultura orgânica por meio de processos seguros e corretos. Ingredientes como os minerais, devem ser extraídos de forma pura e natural por meio de processos físicos ou químicos autorizados, ingredientes de origem animal são permitidos desde que não haja abatimento ou não façam parte do animal, ingredientes que não há como serem substituídos naturalmente não havendo alternativa, também são permitidos, a água para essas certificadoras é considerada como ingrediente natural (COSMETICS ORGANIC AND NATURAL STANDARD, 2020).

Para a fabricação de cosméticos naturais é necessário a utilização de água pura nas formulações, seja ela em grande quantidade ou não. Esse fator acaba tornando-se um problema para as empresas, fazendo com que elas produzam sua própria água pura, através da destilação ou deionização (desmineralização por troca iônica) (SEBRAE, 2019).

A função principal de um conservante é a preservação do produto, ou seja, ele inibe e previne o crescimento microbiano, prolongando a vida útil do produto. Normalmente, na indústria de cosméticos são utilizados conservantes classificados como parabenos, que em sua maioria são eficazes no controle de fungos e bactérias Gram-positivas. Os parabenos mais utilizados são o metilparabeno e o proprilparabeno, comumente encontrados em cremes e maquiagens (MORAIS et al., 2018).

Outros conservantes como, ácido benzóico, deidroacético, álcool benzílico, benzoato de potássio e sódio, sorbato de potássio e o ácido sórbico, também são utilizados. Esses compostos dependem em sua maioria do pH do meio, fazendo com que sua eficácia dependa do pH final do produto (FLOR; MAZIN, FERREIRA, 2019).

No Quadro 1 estão relacionados os conservantes mais utilizados nos cosméticos de origem natural e nos sintéticos:

QUADRO 1 - Tipos de conservantes

Conservantes sintéticos	Parabenos	Metilparabeno
		Etilparabeno
		Proprilparabeno
		Butilparabeno
		Isopropilparabeno
		Isobutilparabeno
		Benzilparabeno
Conservantes naturais	Extratos vegetais	Salgueiro-branco, madressilva, morango silvestre
	Óleos essenciais	Teatree, tomilho
	Hidrolatos ou Hidrossol	Lavanda
	Ácidos orgânicos de cítricos	Ácidos tartárico, ascórbico, cítrico, málico e oxálico

Fonte: Adaptado de Azambuja (2017), Morais et. al (2018).

2.4.3 Estabilidade

A estabilidade de um fármaco ou cosmético garante a eficácia e a segurança do produto. A RDC n° 67/2007 de Boas Práticas de Manipulação, descreve que para a determinação do prazo de validade do produto deve-se verificar a estabilidade dos insumos utilizados nas formulações, uma vez que quaisquer alterações na estrutura do produto podem levar a efeitos indesejados. Fatores ambientais como, temperatura, pH, luz, umidade e a até mesmo a embalagem podem desestabilizar o produto,portanto a avaliação da estabilidade é importante para garantir a segurança, a qualidade e a eficácia do produto final (ANVISA, 2007; BOURANEN, 2017). A embalagem é um item primordial no resultado final de um produto, uma vez que ela acondiciona e participa da estabilidade, evitando assim a contaminação por meios externos que possam desestabilizar o produto, modificar o efeito proposto pelo fabricante e acarretar consequências ao consumidor (AZAMBUJA, 2017; DALANEZE, 2016).
Os cosméticos naturais, por não possuírem conservantes sintéticos, estão mais sujeitos a contaminação microbiológica, logo é necessário que haja desenvolvimento e planejamento levando em consideração a eficácia e toxicidade do conservante utilizado (MAGALHÃES, 2018 *apud* SEBRAE, 2017).

3. METODOLOGIA

Realizou-se um estudo transversal descritivo, onde se buscou descrever, analisar e explorar o tema abordado através de um levantamento bibliográfico por meio de artigos, teses, dissertações, revistas ou periódicos. A amostra da pesquisa foi de aproximadamente 148 consumidores que residem na região metropolitana de Vitória/ES.

A análise dos resultados foi realizada de maneira quantitativa, através de um questionário online (Google forms) com 16 perguntas relacionadas ao tema proposto em um período de 15 dias. O questionário teve como critério de inclusão consumidores que fazem uso contínuo ou eventual de cosméticos naturais, e pôde ser respondido por qualquer pessoa independentemente da idade ou sexo. Os resultados foram lançados em uma planilha no programa Microsoft Excel ®2016 e posteriormente organizados e distribuídos em tabelas. O presente estudo foi

submetido ao Comitê de Ética, e posteriormente foi aprovada por ele para a aplicação do questionário.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O questionário on-line ficou disponibilizado por um período de 15 dias e foi respondido por 148 participantes. O questionário foi composto de 16 perguntas fechadas e com o intuito de avaliar o perfil dos entrevistados, nível de conhecimento em relação aos cosméticos naturais não certificados e certificados, motivação de compra e hábitos de consumo, formas de aquisição e fontes de pesquisa utilizadas para buscar informações referentes aos cosméticos naturais.

4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Dos 148 participantes, a maior parte reside no município de Cariacica (45,3%), pertencem ao sexo feminino (87,8%) e possuem idade entre 18 e 25 anos (41,2%), conforme apresentado na Tabela 1.

Tabela 1 – Perfil dos entrevistados.

REGIÃO	***N.º entrevistados***	**%**
Cariacica	67	45,3
Vila Velha	43	29,1
Vitória	23	15,5
Serra	15	10,1
SEXO		
Feminino	130	87,8
Masculino	18	12,2
Outro	0	0
FAIXA ETÁRIA		
18 – 25	61	41,2
31 – 40	47	31,7
Acima dos 40	14	9,5
26 – 30	13	8,8
Menos de 18	13	8,8
Total de participantes	**148**	

Fonte: Dados da pesquisa.

Estudos realizados por Franca (2018), Isaac (2016) e Uysal (2012) apontam que o público feminino com idade entre 18 e 34 anos são os que mais consomem cosméticos naturais, indicando que as mulheres possuem maior preocupação em relação à saúde e automaticamente são as maiores consumidoras.

4.2 NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS ENTREVISTADOS

Conforme demonstrado na tabela 2, os participantes em sua grande maioria sabem o que é um cosmético natural (80,4%), porém apenas 16,2% compram ou usam regularmente. Quando questionados sobre a diferença do cosmético natural em relação aos sintéticos, 16,9% disseram saber a diferença entre eles, mostrando uma relação direta entre os usuários que compram ou usam regularmente. Outros trabalhos também avaliaram o uso de cosméticos naturais, como o de Franca

(2018), que mostrou que os consumidores possuem clareza do que é um cosmético natural e utilizam regulamente ou eventualmente produtos naturais.

Tabela 2 – Nível de entendimento dos consumidores.

	Nº entrevistados	**%**
Você sabe o que é um cosmético natural?		
Sim	119	80,4
Não	29	19,6
Você consome ou já consumiu cosméticos naturais?		
Sim, mas só experimentei	44	29,7
Sim, compro ou uso regularmente	24	16,2
Sim, compro ou uso eventualmente	28	18,9
Não, pois não tenho interesse nesse tipo de produto	2	1,4
Não, por outros motivos	21	14,2
Não sei dizer	29	19,6
Você sabe diferenciar cosmético natural de cosmético sintético?		
Sim, sei bem diferenciar	25	16,8
Sim, faço ideia ou posso imaginar como se diferencia	66	44,6
Não, faço nem ideia de como diferenciar	43	29,1
Não sei dizer	14	9,5

Fonte: dados da pesquisa.

Schenini e colaboradores (2006) e Berbare (2019) afirmam que os consumidores adeptos aos produtos naturais sabem bem como diferenciar um produto natural dos demais cosméticos. Em outra pesquisa, Isaac (2016) verificou que 31,23% dos entrevistados assinalaram não possuir facilidade em diferenciar, ou não verificam ou não se importam em como diferenciar cosméticos naturais/orgânicos dos convencionais.

4.3 MOTIVAÇÕES DE COMPRA E HÁBITOS DE CONSUMO

Quando perguntado aos participantes quais são suas motivações para o consumo de cosméticos naturais com a opção de marcarem mais de um item, 53,4% disseram que utilizam cosméticos naturais por causarem menos efeitos adversos à saúde e possuírem melhor eficácia e qualidade em relação aos cosméticos convencionais; 44,6% responderam que consomem por responsabilidade com o meio ambiente, 41,2% por consumo consciente, e apenas 7,4% consomem por meio de influência digital.

Quando questionados como identificam um cosmético natural tendo a opção de marcarem mais de um item, 46,6% assinalaram que analisam a lista de ingredientes do produto, 37,2% procuram pelo selo de certificação natural e 20,3% confiam na empresa que produz tais produtos

Quanto aos locais de compra dos cosméticos onde os participantes puderam assinalar mais de um item, 38,5% disseram comprar em lojas físicas ou empórios especializados, 33,8% em farmácias e 31,8% em lugares que produzem produtos artesanais. Apenas 20,3% dos consumidores buscam lojas especializadas em cosméticos naturais. Quando avaliado os tipos de produtos utilizados pelos

participantes e podendo assinalar mais de um item, verificou-se que 37,8% utilizam sabonetes de origem natural, seguido do creme hidratante (27,7%) e do filtro solar (10,1%). Os demais produtos foram utilizados por menos de 5% dos participantes.

Tabela 3 – Motivações e hábitos de consumo dos consumidores

	Nº entrevistados	**%**
Indique o motivo pela qual você utiliza cosméticos naturais.		
Utilizar cosméticos que causam menos efeitos adversos, á saúde e que possuem melhor eficácia e qualidade em relação aos cosméticos convencionais.	79	53,4
Consumo consciente	61	41,2
Contribuir para o bem estar animal	47	31,7
Promover o menor impacto ambiental	54	36,4
Preservar o meio social proporcionando maior qualidade para as gerações futuras	35	23,6
Seguir tendências/curiosidade	16	10,8
Responsabilidade com o meio ambiente	66	44,6
Influência digital	11	7,4
Não sei dizer	29	19,5
Não uso/falta de conhecimento	3	2,02
Como você identifica se um cosmético é natural?		
Analiso a lista de ingredientes descrita no rótulo do produto	69	46,6
Procuro pelo selo de certificação natural	55	37,2
Somente busco pelos termos “natural”, “all natural”, “orgânico”, “vegano”, “verde” ou parecido ao rótulo	40	27
Confio na empresa que produz	30	20,3
Acredito no produtor artesanal	25	16,9
Consulto páginas voltadas aos cosméticos naturais	33	22,3
Pesquiso sobre as práticas da empresa	15	10,1
Não sei dizer	18	12,2
Outros motivos	3	2,1
Onde você costuma comprar cosméticos naturais?		
Lojas físicas ou empórios especializados	57	38,5
Farmácia	50	33,8
Produtos artesanais	47	31,8
Lojas virtuais especializadas	30	20,3
Lojas virtuais de cosméticos em geral	24	16,2
Não possui hábito de compra	16	11,2
Consultoras independentes ou representantes	14	9,5
Perfumaria	14	9,5
Supermercados	2	1,4
Qual cosmético você mais costuma usar?		
Sabonete	56	37,8
Creme hidratante	41	27,7
Filtro solar	15	10,1
Sérum	8	6,08
Shampoo e condicionador	6	5,41
Maquiagem	2	4,05
Outros	9	6,8
Nenhum	10	1,4

Fonte: Dados da pesquisa.

Muitos dos participantes responderam utilizar cosméticos naturais por causarem menos efeitos adversos à saúde, possuírem melhor eficácia e qualidade em relação aos cosméticos convencionais. Esses resultados são confirmados na pesquisa realizada por Santos (2019), mostrando que a preocupação com a saúde e a composição é o que influencia o consumidor a adquirir produtos de origem natural/orgânica. Rocha (2016) verificou que há um forte pensamento de que os cosméticos naturais são menos nocivos à saúde e mais eficazes, e que o seu uso contínuo garante respostas em longo prazo. Consumo consciente, bem estar animal e impacto ambiental também são fatores que contribuem para a escolha dos cosméticos naturais. Segundo Santos (apud GRACIA; MAGISTRIS, 2013), os benefícios ambientais e a saúde são o fator determinante para a aquisição de produtos orgânicos/naturais e isso faz com que os consumidores optem por produtos naturais, e que o consumo consciente também influencia na compra (AMBERG; FOGARASSY, 2019).

Analisar a lista de ingredientes do produto e procurar pelo selo de certificação natural é o que faz o consumidor identificar um cosmético natural na hora da compra de acordo com os resultados da pesquisa, Franca (2018) afirma que a forma mais comum que os consumidores identificam os cosméticos naturais é pela verificação dos ingredientes descritos no rótulo dos produtos, e pelos selos de certificação, Uysal (2012) aponta que muitos também buscam somente pelos termos natural/orgânico nos produtos naturais e que muitos confiam nas empresas e marcas fabricantes de cosméticos naturais.

Em relação ao local onde os consumidores costumam adquirir cosméticos naturais muitos afirmaram comprar em lojas físicas e empórios que são especializados em produtos naturais. De acordo com Franca (2018), a maioria dos consumidores de cosméticos naturais costuma comprar seus produtos em empórios ou lojas físicas especializadas em produtos naturais, isso mostra que locais especializados passam uma imagem de segurança aos consumidores sobre os produtos que estão comprando. Mas, segundo uma pesquisa feita por Organis (2017) mostra que a falta de acesso próximo a esses locais dificulta a aquisição dos produtos, tornando a distância uma barreira para os consumidores (CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL, 2017).

O sabonete foi o item apontado pelos consumidores como o mais utilizado, Berbare (2019) afirma que o sabonete é o item mais comumente utilizado sendo ele de mais fácil acesso e adaptação, e que muitos dos consumidores chegam a fazer cursos de saboaria com o intuito de produção para consumo próprio ou até mesmo revenda desses produtos artesanais.

4.4 INFLUÊNCIA E FONTES DE PESQUISA

Muitos dos respondentes associaram os cosméticos naturais como àqueles que não são testados em animais (34,5%) e que isso influencia na aquisição dos produtos, enquanto que 15,5% dos entrevistados escolhem os cosméticos baseados em empresas que são transparentes nas informações e 14,9% em empresas que possuem compromisso com o meio ambiente.

Quando questionados sobre os ingredientes presentes na composição dos cosméticos naturais, 39,19%responderam que sempre procuram saber quais são os insumos inseridos nos produtos e 37,84% disseram que nunca pesquisaram.

Tabela 4 - Influência e fontes de pesquisa

	Nº. entrevistados	%
O que te influencia a adquirir um produto de determinada marca de cosmético natural?		
Não testados em animais	51	34,5
Transparência nas informações	23	15,5
Compromisso com o meio ambiente	22	14,9
Sustentabilidade e política de reciclagem	15	10,13
Influência digital	12	8,1
Geração de menos resíduos ao meio ambiente	9	6,08
Influência de empresas e marcas	7	4,72
Interesse no produto	2	1,35
Outros motivos	7	4,72
Você costuma pesquisar sobre os ingredientes inseridos na composição dos cosméticos naturais?		
Sim, sempre procuro saber quais são os ingredientes	58	39,19
Não, nunca pesquisei	56	37,84
Não, sempre acreditei no que dizem sobre cosméticos naturais	19	12,84
Não sei dizer	15	10,13
Por meio de quais fontes você busca informação sobre cosméticos naturais?		
Sites	51	34,5
Resenha de produtos naturais na internet	36	24,3
Leitura do rótulo	21	14,2
Banco de dados de ingredientes	9	6,08
Artigos científicos	7	4,7
Redes sociais	2	1,4
Não sei dizer	19	12,8
Nunca pesquisei	3	2,02

Fonte: dados da pesquisa.

A tabela 4 demonstra o comportamento dos entrevistados quanto à forma utilizada na busca de informações sobre os cosméticos. Foi possível verificar que 34,5% dos entrevistados utilizam informações presentes em sites e 24,3% em resenhas de produtos naturais na internet. Uma pequena quantidade de entrevistados relatou utilizar artigos científicos (4,7%) e banco de dados de ingredientes (6,08%).

Muitos associaram testes em animais com os cosméticos naturais, Rocha (2016) relata que muitos associam o produto natural como não testados em animais e que alguns chegam a relacioná-los aos cosméticos veganos e distorcer o que significa um cosmético natural, pois os cosméticos naturais muitas vezes podem ser considerados veganos por não serem testados em animais, mas que por vezes poderão conter em sua formulação ingredientes que são de origem animal, como a lanolina, por exemplo. Franca (2018) afirma que 81,7% dos consumidores optam por produtos naturais por não serem testados em animais e que esse fator é determinante na escolha dos cosméticos, e que fatores externos e opinião de terceiros também incentivam a compra de cosméticos (CERQUEIRA et al., 2013).

Grande porcentagem de participantes afirma buscar informações sobre os ingredientes contidos nos cosméticos naturais, segundo Berbare (2019) os adeptos aos cosméticos naturais costumam buscar informações sobre os ingredientes contidos nos produtos, a fim de obter mais conhecimento daquilo que consomem, e que a busca de conhecimento dos ingredientes se torna uma forma de influenciar outras pessoas sobre o que consomem. Nota-se que grande parte dos participantes

da pesquisa também afirmou nunca ter pesquisado sobre os ingredientes contidos nos cosméticos naturais, isso porque geralmente os consumidores somente procuram pelos termos “natural” ou “orgânico” no rótulo do produto e que geralmente buscam informações no momento da compra do produto (CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL, 2017;FRANCA, 2019).

Os consumidores em geral buscam informações por meio de sites sendo esse o meio mais fácil de acesso a informação, segundo Nogueira (2019) as empresas e marcas fabricantes possuem geralmente em seus sites informações sobre os produtos que comercializam e por vezes até mesmo disponibilizam a lista de ingredientes contidos nos cosméticos (NOGUEIRA, 2019).

4.5 CERTIFICAÇÕES

A maioria dos participantes (60,1%) quando questionados sobre certificações de cosméticos naturais apontaram não conhecer, mas que poderiam imaginaro que seria. Outros 20,3% afirmaram não fazer ideia do que significa e5,4% não sabem dizer. Apenas 6,8% sabem o que significa e só consomem os produtos naturais certificados.

Na Tabela 5 está demonstrado o grau de conhecimento dos consumidores em relação aos selos de identificação dos cosméticos naturais, onde grande parte afirma não conhecer, mas imaginam o que possam ser esses selos (34,46%), contudo muitos declaram não fazer ideia do que são (27,02%). Como também sabem identificar (16,22%), mas não sabem bem o que é (16,22%) somente 6,08% não sabem dizer o que são os selos de identificação.

Tabela 5 – Grau de conhecimento dos consumidores sobre as certificações

	Nº. entrevistados	**%**
Você sabe o que significa um cosmético natural certificado?		
Não, mas imagino o que possa ser	89	60,1
Não, faço nem ideia do que significa	30	20,3
Sim, conheço todas as empresas que certificam os produtos	11	7,4
Sim, só consumo cosméticos naturais certificados	10	6,8
Não sei dizer	8	5,4
Você conhece os selos de identificação dos cosméticos naturais?		
Não, mas imagino o que possa ser	51	34,46
Não, faço nem ideia do que possa ser	40	27,02
Sim, eu sei identificar os selos de cosméticos naturais	24	16,22
Sim, mas não sei bem o que é	24	16,22
Não sei dizer	9	6,08
Você compraria um cosmético natural que não possui certificação?		
Não sei dizer	44	29,7
Sim, o que importa é que seja natural	39	26,4
Não, assim identifico o que é natural do que não é	32	21,6
Não, só compro se possuir o selo de certificação	22	14,9
Sim, dispenso a certificação	11	7,4

Fonte: dados da pesquisa.

Os participantes em sua maioria não sabem dizer se consumiriam um cosmético natural que não possui um selo de certificação (29,7%), mas 26,4% declaram que

sim comprariam um produto não certificado e que o importante mesmo é que ele seja de origem natural, e até mesmo dispensam a certificação (7,4%), contudo 21,6% não comprariam, pois com os selos identificam quais são os cosméticos de origem natural dos que não são e somente comprariam se possuísse o selo (14,9%).

Os participantes da pesquisa majoritariamente afirmaram não saber o significado de um cosmético natural certificado, mas imaginam o que pode ser. Uma pesquisa realizada por Franca (2018) aponta que em geral os consumidores não sabem muito bem o significado dos selos de certificação e que muitos não lêem os rótulos dos produtos (FRANCA, 2018).

Quando perguntados sobre se consumiriam ou não um produto natural não certificado a grande maioria não soube dizer, mas outra grande parte respondeu que não importa se o cosmético natural possui ou não um selo de certificação e sim que o mesmo seja de origem natural, isso mostra que a certificação não é um fator determinante na aquisição de um produto natural.

Segundo Uysal e colaboradores (2012) afirma que os consumidores somente procuram pelo termo natural ou orgânico isso ocorre, pois sentem confiança nos produtores e nas marcas que produzem tais cosméticos, alguns participantes afirmaram não consumir produtos sem certificação, pois assim possuem uma garantia de que o produto é verdadeiramente de origem natural (UYSAL et al., 2012).

Com base nos conhecimentos dos consumidores em relação aos selos de certificação grande parte não imagina o que possa ser, e de acordo com Franca (apud GERRARD et al., 2013; MY et al., 2015) geralmente os consumidores não reconhecem os selos de certificação natural, uma pesquisa realizada pelo conselho brasileiro da produção orgânica e sustentável (Organis) somente poucos dos entrevistados reconhecem os produtos por meio dos selos de certificação e que as informações no rótulo e mídia influenciam os compradores (CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL, 2017).

A falta de conhecimento por parte de muitos dos consumidores pode afetar a sua capacidade de avaliar e esclarecer as informações contidas nos rótulos dos produtos (MELLO; SAUERBRONN, 2014).

Os selos de certificação é uma garantia do consumidor de que o que estão adquirindo são realmente de procedência natural, os selos conferem maior transparência nas informações e as práticas utilizadas pelas empresas fabricantes, e pela falta de legislação para os cosméticos naturais a presença dos selos preserva o consumidor de possíveis fraudes e atos falsos praticados por empresas, indústrias, comerciantes e até mesmo produtores artesanais (NASCIMENTO et al., 2012).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo se propôs avaliar o perfil dos entrevistados, seu nível de conhecimento, a motivação para compra e os hábitos de consumo em relação aos cosméticos naturais. Com os resultados obtidos na pesquisa e o apoio do referencial se pode alcançar o objetivo proposto. Verificou-se que a motivação de compra da maioria dos consumidores é o fato dos cosméticos naturais possuírem menos ingredientes tóxicos a saúde, e que ao optarem por eles receberão um produto de maior qualidade e eficaz. Destaca-se também a preocupação do consumidor com questões relacionadas aos testes realizados em animais e o impacto ambiental

gerado pela fabricação de cosméticos esses motivos fizeram com que muitos optassem pelo uso de cosméticos naturais visto que causam menos danos ambientais, sendo fabricados de forma ecologicamente correta e não sendo testados em animais.

Pôde-se notar a importância da descrição dos ingredientes no rótulo dos produtos naturais, uma vez que essa é a forma mais comum que os consumidores acharam para diferenciar e identificar os cosméticos naturais, por conta disso é imprescindível que haja clareza nas informações contidas no rótulo dos produtos, bem como a presença dos selos de certificação. Mas, mesmo com a afirmação de que os selos de certificação é um fator importante na identificação do produto pode-se perceber nos resultados da pesquisa que muitos consumidores dispensam a presença dos selos de certificação e que o mais importante é que ele seja de procedência natural, sendo eles assim dispensáveis aos olhos do consumidor na aquisição dos cosméticos naturais, é importante que os consumidores saibam o que são e o que significa a presença dos selos de certificação, pois o selo garante ao consumidor a origem e a qualidade do produto natural, além de garantir que a fabricação do produto foi feita de forma ecologicamente correta, respeitando o meio ambiente e os animais.

Portanto, é necessário que haja pesquisa e desenvolvimento na indústria dos cosméticos naturais, além de incentivo e investimento por parte das empresas fabricantes buscando assim ampliar cada vez mais o mercado, além da importância de informar e conscientizar o consumidor sobre os produtos que consomem.

REFERÊNCIAS

AMBERG, N; FOGARASSY, C. Green Consumer Behavior in the Cosmetics Market. 2019. Disponível em:<https://www.mdpi.com/2079-9276/8/3/137> Acesso em: 29 out. 2020.

ANVISA. AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. Resolução da diretoria colegiada – **RDC nº 07** de fevereiro de 2015. Disponível em:<bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2015/rdc0007_10_02_2015.pdf> Acesso em: 25 mar. 2020.

ANVISA. AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. Boas Práticas de Manipulação de Preparações Magistrais e Oficinais para Uso Humano em farmácias – **RDC N° 67** de outubro de 2007. Disponível em:<https://www20.anvisa.gov.br/segurancadopaciente/index.php/legislacao/item/rdc-67-de-8-de-outubro-de-2007> Acesso em: 05 abr. 2020.

ARAÚJO, D. F.S; PAIVA, M.S.D; FILQUEIRA, J.M. Orgânicos: expansão de mercado e certificação.Holos,Natal, v. 3, p. 138-149, 2007. Disponível em: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=481549274013> Acesso em: 22 out.2020.

AZAMBUJA, W. Conservantes para cosméticos naturais, orgânicos e veganos. Óleos essenciais, 2017. Disponível em<https://www.oleosessenciais.org/conservantes-para-cosmeticos-naturais-organicos-e-veganos/> Acesso em: 03 abr. 2020.

BARROS, C. Cosméticos orgânicos e naturais: os desafios na hora de criar um produto sustentável. Cleber Barros, 2017. Disponível em:<www.cleberbarros.com.br/cosmeticos-organicos-e-naturais/>. Acessoem: 29 mar. 2020.

BOUNAREN, A. Determination of the stability of cosmetic formulations whit incorporation of natural products 2017. 89 f. Dissertação (Mestrado em engenharia biotecnológica)–Escola Superior Agrária de Bragança, Instituto Politécnico de Bragança, Bragança, 2017. Disponível em:<https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/14416/1/amira%20th%C3%A9se%20copie%20finale.pdf>. Acesso em: 05 abr. 2020.

BERBARE, L. P. As motivações do consumidor para a adoção de cosméticos naturais. 2019. 121 f. Dissertação (Mestrado em Gestão para a Competitividade)-Escola de Administração de Empresas, Fundação Getulio Vargas, São Paulo, 2019. Disponível em:<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/27647> Acesso em: 06 nov. 2020.

BROUWER, A. Revealing greenwashing: a consumers perspective. 2016. Disponível em:<https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED571577.pdf> Acesso em: 29 out. 2020.

CANDIOTTO, A. A; WAYHS, A. F.F. Reações adversas a cosméticos e o profissional da estética. 2010. Disponível em:<http://siaibib01.univali.br/pdf/Ana%20Ang%C3%A9lica%20Candiotto,%20Ana%20Fl%C3%A1via%20Freire%20Wayhs.pdf> Acesso em: 05 abr. 2020.

CERQUEIRA, A. et al. Comportamento do consumidor de cosméticos: um estudo exploratório. Revista Formadores,Cachoeira-BA, v. 6, n.1, p. 128-157, Nov. 2013. Disponível em:<https://www.researchgate.net/publication/283570778_Comportamento_do_consumidor_de_cosmeticos_um_estudo_exploratorio> Acesso em: 10 nov. 2020.

COSMOS-STANDARD. Cosmetics organic and natural standard. COSMOS-standard, 2020. Disponível em:<https://a7e08fa4-7e84-472f-86dd-95a19f777744.filesusr.com/ugd/0bbe4a_7af6a7f98e7f4a21a429ea27863d0da5.pdf> Acesso em: 26 jun.2020.

DALANEZE, J. V. Conservantes classificados como emoliente para apelo paraben-free. Cosmética em foco, 2016. Disponível em:<cosmeticaemfoco.com.br/artigos/conservantes-classificados-como-emolientes-para-apelo-paraben-free/> Acesso em: 30 mar. 2020.

ECOCERT. Referencial ECOCERT para cosméticos naturais e orgânicos, 2003. Disponível em:<http://brazil.ecocert.com/sites/brazil.ecocert.com/files/referencial_cosm__ticos_org__nicos_e_naturais.pdf> Acesso em: 26 jun. 2020.

FONSECA-SANTOS, B.; CORRÊA, M. A.; CHORILLI, M. Sustainability, natural and organic cosmetics: consumer, products, efficacy, toxicological and regulatory considerations. Braz. J. Pharm. Sci., São Paulo, v. 51, n.1 – 2015. Disponível em:< http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-82502015000100017.>Acesso em: 27 mar. 2020.

FURLOW, N. E. Greenwashing in the New Millennium. Disponível em:<http://www.m.www.na-businesspress.com/JABE/jabe106/FurlowWeb.pdf> Acesso em: 30 out. 2020.

FLOR, J.; MAZIN, M. R.; FERREIRA, L. A. Cosméticos naturais, orgânicos e veganos. Cosmetics&Toiletries (Brasil), São Paulo, v. 31, p. 30-33, 2019. Disponível em:<https://www.cosmeticsonline.com.br/ct/painel/class /artigos/uploads/f1fdc-CT313_32-38.pdf> Acesso em: 29 mar. 2020.

FRANCA, C.C.V. Percepção de produtores de cosméticos verdes e consumidores sobre a certificação natural, orgânica e vegana no contexto da Nova Economia Institucional. 2018. 136 f. Dissertação (Mestrado em ciências pelo programa de Pós-graduação em sustentabilidade) – Escola de artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em:<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100136/tde-03012019-200633/publico/Camilla_Custoias_Vila_Franca_Mestrado_PPGS.pdf> Acesso em: 29 out. 2020.

GALEMBECK, F.; CSORDAS, Y. Cosméticos: a química da beleza. 2015. Disponível em: <http://fisiosale.com.br/assets/9no%C3%A7%C3%B5es-de-cosmetologia-2210.pdf> Acesso em: 25 mar. 2020.

IBD. INSTITUTO BIODINÂMICO. Um panorama do mercado orgânico de cosméticos. IBD certificações, 2019. Disponível em:<www.ibd.com.br/news/um-panorama- do-mercado-organico-de-cosmeticos/> Acesso em: 25 mar. 2020.

ISSAC, G.E.A. O desenvolvimento sustentável do ser cosmético e o comportamento do consumidor frente aos cosméticos sustentáveis. 2016. 140 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) - Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino – FAE, São João da Boa Vista, 2016. Disponível em:<https://www.fae.br/mestrado/dissertacoes/2016/O%20DESENVOLVIMENTO%20SUSTENT%c3%81VEL%20DO%20SETOR%20COSM%c3%89TICO%20E%20O%20COMPORTAMENTO%20DO%20CONSUMIDOR%20FRENTE%20AOS%20COSM%c3%89TICOS%20SUSTENT%c3%81VEIS.pdf> Acesso em: 12 nov. 2020.

KANTAR WORLDPANEL. As tendências que impactarão o mercado de beleza. 2018. Disponível em:<www.kantarworldpanel.com/br/Releases/As-tendncias-que-impactaro-o-mercado-de-beleza> Acesso em: 25 mar. 2020.
LUZ, C. Beleza consciente: cosméticos naturais, marcas livres de crueldade e mais. 2018. Disponível em: <https://vivagreen.com.br/coffee-break/beleza-consciente/> Acesso em: 22 jun. 2020.

MAGALHÃES, L.S. Cosmeticos orgânicos uma tendência crescente no mercado ainda pouco conhecido. 2018. 29 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em farmácia) – Universidade federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2018. Disponível em:<https://monografias.ufop.br/bitstream/35400000/1089/1/MONOGRAFIA_Cosm%c3%a9ticosOrg%c3%a2nicosTend%c3%aancia.pdf> Acesso em: 26 jun.2020.

MELLO, L.T; SAUERBRONN, J.R.F. Revista das faculdades integradas Vianna Júnior, Juiz de Fora, v. 5, edição especial, p. 23, 2014. Disponível

em:<www.viannasapiens.com.br/revista/article/download/145/130> Acesso em: 05 nov. 2020.

MORAES, A. L. S et al. Cosmetologia: origem, evolução e tendências. 2018. Disponível em:<https://pt.scribd.com/document/465645060/119-507-1-PB0> Acesso em: 05 abr. 2020.

NASCIMENTO, K.O et al. A importância do estimuloá certificação de produtos orgânicos. Acta tecnológica, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, 2012. Disponívelem:<https://portaldeperiodicos.ifma.edu.br/index.php/actatecnologica/article/view/85> Acesso em: 29 out. 2020.

NOGUEIRA, M.A. Ser: Cosméticos naturais. 2019. 103 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Design)- Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2019. Disponível em:<http://repositorio.ufu.br/handle/123456789/28200> Acesso em: 29 out. 2020.

ORGANIS. CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL. Consumo de produtos orgânicos no Brasil: primeira pesquisa nacional sobre o consumo de orgânicos. 2017. Disponível em:<http://organis.org.br/wp-content/uploads/2019/05/Pesquisa-Consumo-de-Produtos-Org%C3%A2nicos-no-Brasil.pdf> Acesso em: 04 nov. 2020.

ROCHA, J.O. Hábitos de consumo de cosméticos naturais na cidade de Porto Alegre. 2016. 61 f. Trabalho de Conclusão do Curso (Bacharel em Administração) - Departamento de Ciências Administrativas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível:<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/158389> Acesso em: 29 out. 2020.

SANTOS, J.S. BELEZA PURA: Fatores de influência no consumo de cosméticos orgânicos e naturais. 2019. 30 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Administração) – Centro de Ciências Sociais Aplicada,Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019. Disponível em:<https://repositorio.ufpb.br/jspui /handle/123456789/17202> Acesso em: 10 nov. 2020.

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÁS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Cosméticos ecológicos: uma oportunidade para pequenos mercados. Disponível em:<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/cosmeticos-ecologicos-representam-um-nicho-para-pequenos-mercados,729851d70766e410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em: 29 mar.2020.

SOUZA, I. ISO 16128 define ingredientes naturais e orgânicos. Cosmética em foco, 2017. Disponível em:<cosmeticaemfoco.com.br/artigos/iso-16128-define-ingredientes-naturais-e-organicos/> Acesso em: 25 mar. 2020.

SCHENINI, P et al. Marketing verde como uma abordagem estratégica frente ao novo perfil de consumo. 2006. Disponível

em:<https://www.cadernomarketingunimep.com.br/ojs/index.php/cadprofmkt/article/view/38> Acesso em: 30 out. 2020.

SNA. SOCIEDADE NACIONAL DE AGRICULTURA. Cosméticos orgânicos: sem espaço na legislação brasileira. 2016. Disponível em:<www.sna.agr.br/ cosmeticos-organicos-sem-espaco-na-legislacao-brasileira/> Acesso em: 25 mar. 2020.

TOXICOLOGIA e o uso contínuo. Cosmetologia orgânica, 2016. Disponível em: <https://www.cosmetologiaorganica.com.br/toxicidade-e-uso-continuo/> Acesso em: 03 abr. 2020.

UYSAL, O.K. et al. Consumer Willingness-To-Pay for Different Organic Certification Logos in Turkey. Revista de cercetare si interventiesociala, vol. 39, p. 154-175, 2012. Disponível em:<https://orgprints.org/22563/1/22563.pdf> Acesso em: 29 out. 2020.