

**UNIVERSIDADE DE UBERABA**  
**CURSO DE FARMÁCIA**

**LETÍCIA DE KÁSSIA VALERIANO**

**AVALIAÇÃO DOS FATORES QUE INFLUENCIAM O CONSUMO DOS  
COSMÉTICOS SUSTENTÁVEIS**

**UBERABA**

**2021**

LETÍCIA DE KÁSSIA VALERIANO

**AVALIAÇÃO DOS FATORES QUE INFLUENCIAM O CONSUMO DOS  
COSMÉTICOS SUSTENTÁVEIS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado a Universidade de Uberaba  
como parte dos requisitos para conclusão  
do Curso de Farmácia

Orientadora: Tatiana Aparecida Pereira

UBERABA

2021

LETÍCIA DE KÁSSIA VALERIANO

**AVALIAÇÃO DOS FATORES QUE INFLUENCIAM O CONSUMO DOS  
COSMÉTICOS SUSTENTÁVEIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a  
Universidade de Uberaba como parte dos  
requisitos para conclusão do Curso de Farmácia

Orientadora: Tatiana Aparecida Pereira

---

Tatiana Pereira

UBERABA

2021

Dedico este trabalho à minha família que sempre me apoiou e a minha amiga Jéssica que não pôde estar comigo nesse momento, mas que sempre torceu muito por mim.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, que me deu forças para concluir esta etapa da minha vida e por sempre abençoar a minha caminhada.

Aos meus pais Pedro e Silvana, que sempre foram meus exemplos de coragem e força e que fizeram do meu sonho o deles e não mediram esforços para que eu pudesse realizá-lo.

As minhas irmãs Alessandra e Deborah, pela cumplicidade, por estarem comigo nos momentos difíceis e por sempre compartilharem conhecimento.

As minhas avós Maria e Estela (*in memorian*), por todo carinho e amor incondicional.

Aos meus professores, pelos ensinamentos e incentivo e, em especial, a Professora Tatiana Aparecida Pereira, que gentilmente me ajudou e me orientou para que esse trabalho fosse realizado.

Aos meus colegas, em especial Milena, Jéssica (*in memorian*), Anielle, Nathália, Thalita, Tiago e Francisco, que se tornaram amigos para vida toda e que nunca me deixaram desistir.

Ao meu namorado José, que sempre esteve ao meu lado me apoiando, me encorajando, você foi essencial em cada instante dessa jornada.

Por fim agradeço à todos que contribuíram diretamente e indiretamente para a realização deste sonho.

*“Quando você acreditar em uma coisa, acredite até ao fim, de forma implícita e inquestionável.”*

**Walt Disney**

**RESUMO**

A beleza de forma sustentável e consciente vem ganhando destaque nos últimos anos devido ao aumento do interesse dos consumidores por produtos de origem natural, vegana, orgânica e livre de crueldade de seres vivos. Os cosméticos sustentáveis são produtos de higiene e beleza que não utilizam derivados de petróleo, silicones e sulfatos, também não utilizam elementos de origem animal e prezam pela gestão do viés social e ambiental. O segmento movimenta mais de 3 bilhões e tem crescido 20% ao ano no Brasil. Dada a devida importância ao tema o objetivo geral deste trabalho de conclusão de curso foi avaliar o conhecimento da população sobre cosméticos sustentáveis e identificar os principais fatores que influenciam o consumo desses cosméticos.

Foi realizada uma pesquisa observacional de corte transversal por meio da aplicação de um questionário estruturado pela própria autora, disponibilizado aos participantes por meio da plataforma *google forms*, adaptado de questionários já padronizados e utilizados em pesquisas sobre o tema. Para avaliar se os produtos estavam em conformidade com a legislação, foram analisados 10 rótulos de produtos cosméticos de diferentes segmentos a fim de observar se as matérias-primas eram realmente pertencentes à lista de matérias-primas para produtos *cruelty free*. O estudo contou com 53 participantes entre eles homens e mulheres de diferentes perfis. Os principais fatores que são levados em consideração na hora da compra de cosméticos sustentáveis é o seu preço, a qualidade, a preocupação com o meio ambiente, a compaixão com os animais, a indicação de conhecidos, a conveniência de encontrá-los nas lojas frequentadas. A motivação de compra desses cosméticos vai desde a empresa não realizar testes em animais e serem menos prejudiciais ao meio ambiente a influência da internet. Grande parte da população já ouviu falar sobre o tema, porém ainda existe uma parcela muito grande que não tem conhecimento, visto que se trata de conceitos novos introduzidos no mercado e muitos tem como fator limitante da compra o preço desses produtos. Os rótulos dos produtos encontram-se em conformidade com a legislação. Assim, torna-se necessário uma maior divulgação do tema, uma vez que grandes empresas já vêm adotando a prática de produção de cosméticos sustentáveis.

**Palavras-chaves:** sustentável, vegana, orgânica, cosmético verde, natural, *cruelty free*.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Fases do ciclo de vida de um produto cosmético.....	12
Figura 2 - Selo de certificação de produto natural.....	13
Figura 3 - Selos de produtos Orgânicos.....	14
Figura 4 - Selos de produtos Orgânicos.....	14
Figura 5 - Selos de produtos Veganos.....	15
Figura 6 - Conhecimento sobre o termo cosmético sustentável.....	24
Figura 7 - Conhecimento sobre o termo cosmético natural.....	24
Figura 8 - Conhecimento sobre o termo cosmético vegano.....	25
Figura 9 - Conhecimento sobre os testes em animais.....	25
Figura 10 - Grau de concordância sobre cosméticos livres de testes em animais.....	26
Figura 11 - Grau de concordância sobre a utilização de cosmético orgânico ou natural.....	26
Figura 12 - Grau de concordância sobre indicação de conhecidos influenciarem a compra de cosméticos.....	27

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 01- Tabela de rótulos produtos *Cruelty Free*.....28

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária

IBD – Instituto Biodinâmico de Certificações

IBM - Institute for Business Value

ISO - International Organization for Standardization

PLC – Projeto de Lei de iniciativa da Câmara

PLS- Projeto de Lei de iniciativa do Senado

RDC - Resolução da Diretoria Colegiada

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>2 OBJETIVOS</b> .....	21
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	22
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	23
<b>5 CONCLUSÃO</b> .....	31
<b>6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	32
<b>7 ANEXOS</b> .....	34

## 1 INTRODUÇÃO

A Revolução industrial proporcionou ao mundo um intenso crescimento tecnológico. No entanto, como consequência do seu enfoque na intensa produção e aceleração da economia, trouxe sérios danos ao meio ambiente. O uso intenso de compostos químicos nocivos à saúde humana e ao meio ambiente tornou-se uma prática comum. Neste cenário, as questões ambientais começaram a ser levantadas na Primeira conferência das Nações Unidas, em 1972 onde surgiu a preocupação do planeta em suprir as necessidades, mas com a preocupação com a manutenção da vida de forma saudável para as futuras gerações. Sustentabilidade pode ser definida como uma forma de se alcançar um atendimento às demandas das necessidades humanas sem afetar a capacidade de recuperação dos recursos naturais e, ainda, mantendo o desenvolvimento econômico (ZENONE, DIAS; 2015, DIAS; 2015). Ainda, os pilares da sustentabilidade estão alicerçados na redução do uso de fontes não renováveis e poluentes.

Os cosméticos, assim como os demais produtos que estão no mercado, tem um impacto significativo na sustentabilidade do longo de todo seu ciclo de vida (Figura 1). Desde a aquisição de matérias-primas até o uso e pós uso pelo consumidor tem consequências a nível ambiental, social e econômico.



Figura 1: Fases do ciclo de vida de um produto cosmético.

Fonte: Bom S, Jorge J (2019).

Os consumidores cada vez mais exigentes e preocupados com as demandas mundiais exigem do mercado cosmético uma constante inovação. Neste cenário, o mercado de produtos

sustentáveis tem crescido significativamente nos últimos anos. De acordo com o Institute for Business Value (IBM) 6 a cada 10 consumidores estão dispostos a mudar os seus hábitos de compra para reduzir o impacto ambiental e 8 em cada 10 indicam que a sustentabilidade é importante para eles. Ainda, entre aqueles que se referem a sustentabilidade como muito ou extremamente importante, mais de 70% pagariam em média 35% a mais por marcas que dizem ser sustentáveis e ambientalmente responsáveis. (IBM,2020)

Neste contexto, há uma grande preocupação das indústrias em reduzir os impactos ambientais, econômicos e sociais dos produtos cosméticos, utilizando os recursos de forma racional, ou seja, respeitando os recursos da natureza, evitando a poluição através da diminuição das emissões e formação de resíduos, inclusive com alteração das embalagens para que estas se tornem biodegradáveis ou recicláveis, contribuindo para a economia e criando valor na vida das pessoas.

Atualmente há diversos tipos de cosméticos com apelo à sustentabilidade sendo comercializados e é de fundamental importância compreender a diferença entre cada um deles:

**Cosméticos verdes:** estão associados a produtos que contêm ingredientes naturais e biológicos à base de plantas e que evitam a utilização de produtos químicos sintéticos como parabenos, ftalatos, laurel sulfato de sódio. As matérias-primas que se destacam são diferentes tipos e frações de plantas medicinais e extratos vegetais, corantes naturais, frutas, óleos vegetais e essenciais e resinas (MIGUEL, 2011). Os óleos vegetais ou fixos são compostos por triglicerídeos, extraídos por prensagem mecânica, apresentando difícil evaporação. São usados como ingredientes de bases, emolientes e hidratantes (MIGUEL, 2011).



Figura 2: Selo de certificação de produto natural.

Fonte: IBD (2021)

**Cosméticos orgânicos:** deve contar com pelo menos 95% de ingredientes orgânicos na sua composição. Conforme ISO 1612819 são considerados ingredientes cosméticos de origem orgânica ou mistura de ingredientes orgânicos e naturais obtidos por processos químicos e/ou

biológicos definidos com a intenção de modificação química, que não contêm qualquer unidade de origem de combustível fóssil. A matéria – prima utilizada deve ser livre de agrotóxicos, organismos geneticamente modificados, adubos sintéticos (MARIANA, 2017).



Figura 3: Selos de produtos Orgânicos.

Fonte: Google Imagens (2021)

Cosméticos veganos: Os cosméticos veganos não podem conter nenhum ingrediente derivado dos animais como por exemplo, cera de abelha, mel, carmin, dentre outros; e nem realizar seus testes em animais (VEGAN SOCIETY, 2017).



Figura 4: Selos de certificação de produto vegano

Fonte: Vegan Society, (2021) e SVB (2021)

Cosméticos *cruelty free*: são aqueles livres de crueldade, que não realizam testes em animais.



Figura 5: Selos de produtos *cruelty free*

Fonte: *Cruelty-free Intenational* (2021).

Cabe ressaltar que natural, biológico, verde, orgânico e vegano não significam sustentáveis. Natural, biológico, verde e orgânico se refere à origem, enquanto sustentabilidade na indústria cosmética se refere a cosméticos com atributos ambientalmente preferíveis e com responsabilidade ética, ambiental e econômica (BRAND, F,2018). Desta forma, quanto a sustentabilidade, nem todos os ingredientes sintéticos são insustentáveis e nem todos os ingredientes de base natural são sustentáveis.

No Brasil o Instituto Biodinâmico de Certificações – IBD, traz as diretrizes para certificar uns produtos de beleza orgânicos, naturais e suas matérias-primas. Este instituto regulamenta normas para certificar cosméticos orgânicos. (IBD,2010).

Dentre as características dos cosméticos exigidas pelo IBD temos: formulação com matérias primas orgânicas e naturais; preservar qualidades originais das matérias-primas; causar menor impacto no ambiente, com uso e descarte; ter rótulos claros para os clientes; não testar em animais; ser seguro ao ser humano. As matérias-primas que se pode explorar: manteigas vegetais, óleos vegetais, lanolina, corantes e pigmentos naturais, óleos essenciais, extratos vegetais, minerais e polímeros naturais (IBD,2010).

Quanto as matérias-primas proibidas nos cosméticos do tipo verde ou sustentável temos corantes sintéticos, fragrâncias sintéticas, polietilenoglicóis, amônio, silicones, conservantes, dietanolamidas e derivados de petróleo (IBD,2010).

Devido a essa nova tendência, novos ingredientes cosméticos estão sendo estudados, desenvolvidos e comercializados para atender a demanda do cosmético natural e sustentável. No entanto, grande parte dessas matérias-primas são mais caras, o que entra em conflito com o conceito de sustentabilidade.

Para exemplificar o conceito de sustentabilidade podemos citar a indústria Garnier. Está indústria inovou no desenvolvimento de um shampoo sólido ecológico (94% de origem natural e 97% biodegradável, o qual é mais econômico e duradouro que os shampoos convencionais (em consumo, uma barra equivale a 2 embalagens dos convencionais), promovendo estratégias de minimização do desperdício. Ainda, quanto à seleção de matérias-primas, fase mais difícil do desenvolvimento de cosméticos sustentáveis, e empresa busca matérias-primas naturais de várias partes do planeta, contribuindo para a economia circular (GARNIER,2020). Um outro exemplo que se mostra bastante interessante é uma espuma condicionante de cabelo da marca Pantene, descrita como “water-efficient products”. Essas espumas permitem realizar um enxágue 50% mais rápido, contribuindo assim para a redução do consumo de água no enxágue (LOREAL,2020)

Outra bandeira que vem sendo incansavelmente levantada é em relação ao uso de animais no desenvolvimento de cosméticos.

As experiências com animais são práticas muito antigas, tanto que não se sabe ao certo quando foi o marco inicial dessa atividade. Ekaterina Rivera define como início as práticas realizadas pelo médico grego Galeno (130 – 200 d.C). Ela afirma que antes disso era o homem o animal utilizado em pesquisas (RECH,2018).

Verifica-se, em números não oficiais uma vez que não há um índice específico em âmbito global –, que cada novo produto no mercado demanda testes laboratoriais em 80 a 800 cobaias, em média. Tanto a indústria farmacêutica, como também a cosmética justifica os experimentos em razão da prevenção e impedimento de reações adversas nos seres humanos (IKEDA,2015).

Esse cenário começou a mudar apenas em meados da década de 1970, com movimentos na Europa de ativistas contrários ao uso de animais pelas indústrias cosméticas (PRESGRAVE, 2014).

Assim, em vista da preocupação com o meio ambiente, o descarte inadequado de cosméticos e a compaixão pelo sofrimento animal, surgiram no mercado um conjunto de cosméticos alternativos, os chamados de *cruelty-free* e cosméticos veganos. Os cosméticos veganos, além de não serem testados em animais, não possuem insumos animais em sua composição ou ingredientes (MAIA,2020).

A legislação brasileira de acordo com a Resolução nº 79, de 2000, estabeleceu normas e procedimentos para registro de Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes. Portanto, os produtos cosméticos devem passar por processos de avaliação de risco para que se faça valer o direito do consumidor e, principalmente, garantir a saúde da população (BRASIL, 2000; 2005).

Os ensaios biológicos utilizados para avaliação de segurança de produtos cosméticos, entre eles o teste de sensibilidade de pele, irritação ocular, fototoxicidade, teste adjuvante de Freud e citotoxicidade geram discussão entre os pesquisadores, e cabe, portanto, ao profissional envolvido em questões técnico-científicas, o bom senso na utilização de ensaios toxicológicos e a busca de abordagens alternativas, evitando sempre que possível a morte e o sofrimento desnecessários dos animais de experimentação (GOLDBERG,1989).

Os principais testes realizados em animais para o desenvolvimento de um produto cosmético, segundo a ANVISA, são:

- Comedogenicidade;
- Irritação dérmica primária;

- Irritabilidade ocular;
- Irritação dérmica cumulativa;
- Sensibilização dérmica;
- Sensibilização dérmica maximizada;
- Fotoirritação dérmica primária;
- Fotoirritação dérmica cumulativa;
- Fotossensibilização dérmica maximizada;
- Fotossensibilização dérmica não maximizada;
- Fototoxicidade;
- Determinação da DL -50 oral;
- Irritabilidade da mucosa oral;
- Irritabilidade da mucosa genital;
- Carcinogenicidade;
- Teratogenicidade;
- Teste LLNA.

Como alternativa à realização dos testes *in vivo* estão sendo validadas metodologias *in vitro* para determinação do potencial tóxico de ingredientes presentes nos produtos cosméticos; (BALLS & FENTEM, 1999). Dentre essas metodologias podemos citar:

- HET-CAM (membrana corioalantóide): o objetivo do ensaio é avaliar semi-quantitativamente o potencial irritante de um produto (produtos solúveis, emulsões, géis e óleos), sobre a Membrana Cório-Alantóide de ovo embrionado de galinha, no décimo dia de incubação. O ensaio é baseado na observação dos efeitos irritantes (hiperemia, hemorragia e coagulação), após 5 minutos da aplicação do produto, puro ou diluído, sobre a membrana cório-alantóide. Obtém-se uma escala que considera os fenômenos observados (ANVISA, 2005).
- BCOP (Permeabilidade e opacidade de córnea bovina): o objetivo do ensaio é avaliar quantitativamente o potencial irritante de um produto ou de uma substância química após aplicação sobre a córnea isolada de bezerro. O ensaio é baseado na medida da opacidade e da permeabilidade da córnea de bezerro após o contato com o produto teste. Medida da opacificação córnea - realizada com o auxílio de um opacitômetro, aparelho que determina a diferença de transmissão do fluxo luminoso entre a córnea a ser avaliada, fixando um valor numérico de opacidade. Medida da permeabilidade córnea -

realizada conforme o tempo de contato, adicionando fluoresceína e a densidade óptica é medida em 490 nm. Obtém-se uma escala que considera os fenômenos observados (ANVISA, 2005).

- Citotoxicidade pelo método MTT: a citotoxicidade é avaliada com a ajuda de um corante vital, MTT ou 3-(4,5 dimethyl thiazole-2yl)- 2,5 diphenyl tetrazolium bromide. Os parâmetros de avaliação observados são a porcentagem de morte celular e a IC50 (concentração do produto que inibe 50% do crescimento celular). Não aplicável a produtos insolúveis em água.
- Citotoxicidade pela difusão em gel de agarose: indicado para emulsões e géis com fase contínua aquosa. Aplicação dos mesmos à superfície de um gel de agarose em contato com células de tecido conjuntivo de camundongo da linhagem NCTC – clone 929 (ATCC CCL1) onde a citotoxicidade é avaliada com a ajuda de um corante vital, o MTT ou Vermelho Neutro, observando-se o diâmetro médio do halo de lise celular revelado pela coloração. O halo reflete a citotoxicidade de um produto testado e a sua capacidade em se difundir no gel de agarose (ANVISA, 2005).
- Citotoxicidade pelo método de vermelho neutro (NRU): utiliza-se uma cultura de células SIRC CCL 60 ou outras, adicionadas do corante vital vermelho neutro ou MTT. A captação do corante pelas células viáveis é quantificada por espectrofotometria, através de um leitor automático de microplacas. Método empregado para todo tipo de formulação, exceto aquelas que possuam propriedades fixadoras, como as formulações alcoólicas (ANVISA,2005).
- RBC - Red Blood Cell System: este ensaio permite quantificar e avaliar os efeitos adversos dos tensoativos empregados em xampus, sabonetes líquidos e produtos de higiene sobre a membrana plasmática das hemácias e a conseqüente liberação da hemoglobina (hemólise) e ainda, o índice de desnaturação da hemoglobina, avaliado através de sua forma oxidada, ambos quantificados por espectrofotometria. A relação entre a hemólise e oxidação da hemoglobina fornece um parâmetro de caracterização dos efeitos dessas substâncias in vitro (ANVISA,2005).
- Teste de corrosividade: o teste de corrosividade consiste em aplicar o produto sobre uma unidade de epiderme humana reconstruída. A viabilidade celular é avaliada pela medida da atividade mitocondrial, através do corante MTT que forma um precipitado azul (formazan) sobre as células viáveis, quantificado por espectrofotometria.

- Teste de fototoxicidade: a base deste teste é a comparação da citotoxicidade de um agente químico testado com ou sem exposição adicional a doses não tóxicas de luz UVA. A citotoxicidade é expressa na determinação da dose dependente que reduz o crescimento celular utilizando-se um corante vital, vermelho neutro. A concentração de um agente químico testado reflete a inibição da viabilidade celular em 50%, calculada usando-se um modelo adequado de curva que expressa a resposta da curva de concentração (ANVISA, 2005).

Em 2008, com a promulgação da Lei 11.794, que regulamenta o uso de animais nas ciências e no ensino, foi criado o Conselho para o Controle da Experimentação Animal, que tem a competência de introduzir métodos alternativos ao uso de animais. No entanto, de acordo com Machado et al. (2019), foi em 2012 que se criou o Centro Brasileiro para Validação de Métodos Alternativos e a Rede Nacional de Métodos Alternativos.

Essa tríade responde por estudar, desenvolver e validar métodos no Brasil em consonância com o conceito dos “3 Rs”, conceito este definido por William Russell e Rex Burch, em 1959, no livro *Principles of Humane Experimental Technique*, representando o refinamento, redução e substituição (Refinement, Reduction e Replacement). Tem como estratégia, uma pesquisa racional minimizando o uso de animais e o seu sofrimento, sem comprometer a qualidade do trabalho científico que está sendo executado, visualizando, futuramente a total substituição de animais por modelos experimentais alternativos (RUSSEL; BURCH, 1959).

A pesquisa brasileira esbarra em um problema bastante típico do cenário nacional, que é a dificuldade de acesso aos métodos alternativos, retratando o atraso na chegada de conhecimentos científicos. Não se pode deixar de destacar o quanto é importante o investimento em pesquisas sobre métodos alternativos e novas tecnologias (BRUNNA, 2019).

Dessa forma, como os cosméticos orgânicos e naturais são definidos, acima de tudo, como produtos cosméticos, devem obedecer às regulamentações oficiais vigentes para a produção, controle de qualidade, registro, comercialização e acondicionamento para os produtos cosméticos no Brasil, em sobreposição às exigências da empresa certificadora contratada. Deste modo, os cosméticos orgânicos e naturais são definidos, a priori, com base na Resolução da Diretoria Colegiada – RDC nº 07, de 10 de fevereiro de 2015 e devem atender primeiramente a todas as regulamentações do setor de cosméticos e de higiene pessoal. A princípio, para que um cosmético orgânico ou natural seja certificado, deve obedecer a normas rígidas de certificação, incluindo os ingredientes da formulação, que devem ser originados de

cultivos orgânicos, que proíbem a utilização de agrotóxicos pesticidas, exigem a conservação e manutenção dos recursos naturais e meio ambiente, além de garantir condições adequadas de trabalho e proteção aos produtores, consumidores e meio ambiente da contaminação com agrotóxicos (ABIHPEC, 2011b). O Brasil não possui, até o presente momento, um regulamento oficial para os cosméticos orgânicos e naturais certificados, sendo assim, para que a certificação de cosméticos no país seja possível, adotam-se as diretrizes da empresa certificadora contratada, a qual deve exigir que os produtores estejam em conformidade com a regulamentação nacional vigente, além de se certificar que a empresa é legalmente constituída e autorizada pela ANVISA, para a produção e comercialização de produtos cosméticos e de higiene pessoal (ECOCERT, 2003; IBD CERTIFICAÇÕES, 2010).

Por fim, menciona-se que o PLC 70/2014 tramita pelo Congresso Nacional em conjunto com os Projetos de Lei do Senado, PLS 483/2013 e o 45/2014, restringindo, sem vedar totalmente, o uso de animais em testes de laboratório.

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivo geral**

O presente trabalho teve como objetivo avaliar o conhecimento e identificar os principais fatores que influenciam o consumo dos cosméticos sustentáveis.

### **2.2. Objetivos específicos**

- Identificar as principais ações relacionadas a sustentabilidade e ao desenvolvimento sustentável no setor cosmético através de uma revisão de literatura sobre o tema;
- Avaliar o conhecimento dos respondentes acerca do tema cosméticos sustentáveis;
- Identificar os principais fatores que influenciam o consumo dos cosméticos sustentáveis;
- Analisar o rótulo de cosméticos *cruelty free* e avaliar se estão em conformidade com as legislações vigentes.

### **3 METODOLOGIA**

#### **3.1. Avaliação do conhecimento acerca do tema e dos fatores que influenciam a compra dos cosméticos sustentáveis:**

O presente estudo tratou-se de uma pesquisa observacional de corte transversal, que foi baseada na aplicação de um questionário desenvolvido pelo próprio autor (Anexo A), adaptado de questionários já padronizados e utilizados em pesquisas sobre o tema (ISAAC; 2016, FURTADO, 2019).

Primeiramente, nos questionários, foram preenchidos os dados sócio-demográficos (sexo, idade, grau de escolaridade e renda familiar)

O questionário foi disponibilizado aos participantes através da plataforma google forms através das redes sociais da pesquisadora.

Os resultados dos questionários foram transcritos para planilha digital e processados em software excel 2010. Foram produzidas gráficos e tabelas com frequências absolutas e relativas.

#### **3.2. Avaliação dos rótulos dos produtos cruelty-free:**

Para avaliar se os produtos estavam em conformidade com a legislação, foram analisados 10 rótulos de produtos cosméticos de diferentes segmentos. A composição desses cosméticos foi avaliada a fim de observar se as matérias-primas eram realmente pertencentes à lista de matérias-primas para produtos *cruelty free* (MAPA VEIG, 2021).

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente estudo contou com a participação de 53 pessoas, sendo 81,1 % do sexo feminino e 18,9% do sexo masculino. Grande parte dos participantes, o que corresponde a 78,1% residem no estado de Minas Gerais. A faixa etária com maior percentual foi de 19 a 23 anos correspondendo a 39,6% do total de participantes. Dentre os participantes 67,9% relataram ser solteiros e 47,2% com ensino superior incompleto. Questionados sobre o hábito de leitura semanal, 54,7 % relataram que leem de 1 a 3 vezes por semana, 30,2 % não tem o hábito de leitura e 15,1% têm o hábito de ler de 4 a 7 vezes por semana.

Ao questionarmos o grau de concordância sobre se sentir mais bonito (a) utilizando algum tipo de cosmético, 27,92% demonstraram menor concordância, 16,75% se mantiveram neutros, e 55,33% apresentaram maior concordância. Levando em consideração o gasto médio mensal com a compra de cosméticos, 47,2% gastam de R\$51,00 a R\$100,00 reais por mês. 5,7% gastam acima de R\$200,00 reais e 13,2% gastam até R\$50,00 reais por mês.

Na afirmativa em que abordamos sobre a preferência de comprar cosméticos de marcas conhecidas, 26,6% tiveram menor concordância com a afirmativa, 5,46% se mantiveram neutros diante da afirmação, e 67,85% tiveram maior concordância.

Em seguida, afirmamos que no momento de compra de um cosmético, ao participantes tem a facilidade de distinguir um produto cosmético natural ou orgânico dos demais cosméticos, 49,34% tem menor concordância sobre a afirmação, 15,96% se mantiveram neutros e 34,7% responderam com maior concordância.

Questionados sobre a primeira marca que vem a mente quando pensam em cosméticos foram citadas as seguintes marcas: Avon, Sephora, Skala, Mantecorpos, La-Roche, Darrow, Natura, Pantene e Boticário, com predomínio das marcas Natura, empresa cosmética reconhecida pelo uso de ingredientes de origem vegetal da biodiversidade brasileira em seus produtos e Boticário, e ao comprarem um cosmético, 50,9 % dos participantes prezam pela qualidade do produto adquirido.

Avaliamos o grau de concordância por meio da afirmativa “Eu não compro cosméticos fabricados ou vendidos por empresas que prejudicam o meio ambiente” e 35,17% tiveram um grau de concordância menor diante da situação, 25,22% permanecerem neutro e 39,61% com grau de concordância maior.

Quando questionados sobre o conhecimento sobre o termo “sustentável” aplicado aos cosméticos, 47,2 % dos participantes relataram conhecer o termo, mas não saber seu significado (Figura 7).

Dos 53 participantes, obtivemos as seguintes respostas quando questionados se conheciam o termo cosmético sustentável:

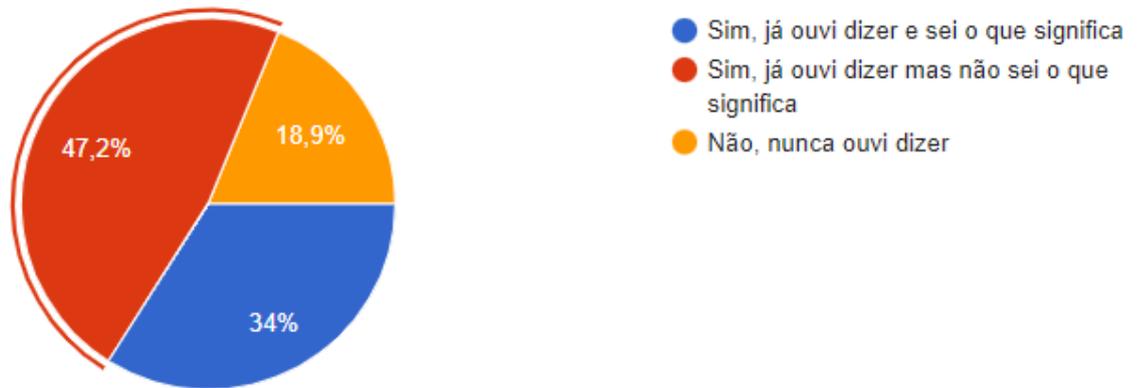


Figura 6: Conhecimento dos participantes sobre o termo cosmético sustentável.

Fonte: Google forms,2021.

Ao avaliarmos o grau de concordância dos entrevistados na afirmação: Quando eu tenho que escolher entre dois produtos, eu sempre escolho o que é menos prejudicial às outras pessoas e ao meio ambiente, obtivemos 28,76% com grau de menor concordância, 11,20% se mantiveram neutro diante a situação, e 60,04% com maior concordância.

Quando questionados sobre seu conhecimento sobre o termo “cosméticos naturais”, 54,7% dos participantes relataram já ter ouvido falar e conhecer o significado (Figura 7). Tal fato pode estar relacionado ao termo “cosméticos naturais” já ser veiculado pela mídia há um período de tempo maior que o termo “cosmético sustentável” que está chegando ao mercado atualmente.

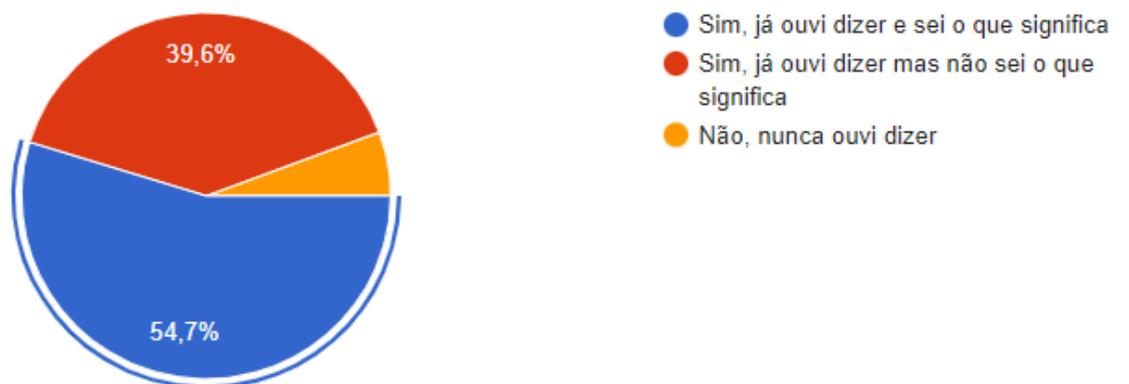


Figura 7: Conhecimento dos participantes sobre o termo cosmético natural.

Fonte: Google forms,2021.

Quando questionados sobre seu conhecimento sobre cosméticos veganos, 71,7% dos participantes relataram já ter ouvido falar no termo e conhecer seu significado. Apenas 9,4% dos participantes nunca ouviram falar sobre cosméticos veganos (Figura 8).

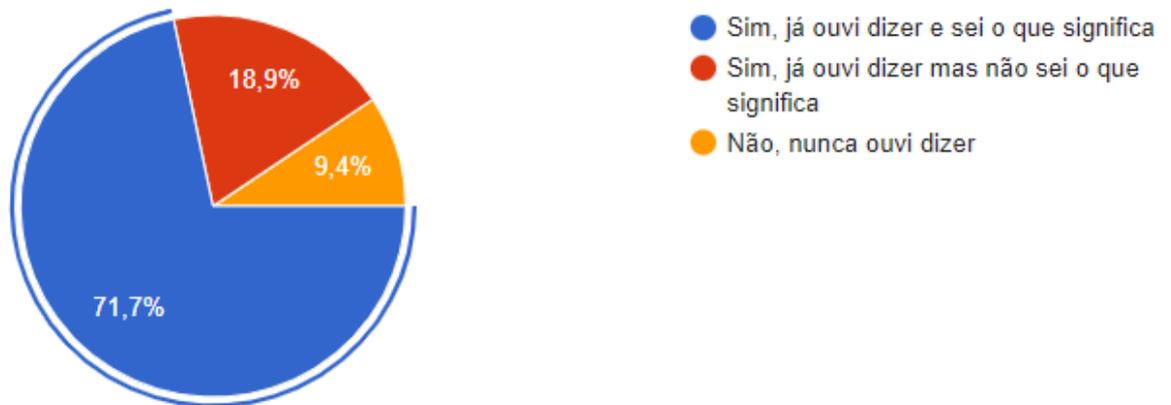


Figura 8: Conhecimento dos participantes sobre o termo cosméticos veganos.

Quando questionados acerca do seu conhecimento sobre os cosméticos *cruelty free*, 49,1% dos participantes relataram nunca ter ouvido falar sobre o tema (Figura 9). Trata-se de um tema novo, porém que está em bastante evidência na atualidade devido a preocupação com o uso de animais nos testes de desenvolvimento de produtos cosméticos. Várias grandes marcas de cosméticos têm aderido ao desenvolvimento de cosméticos *cruelty free*.

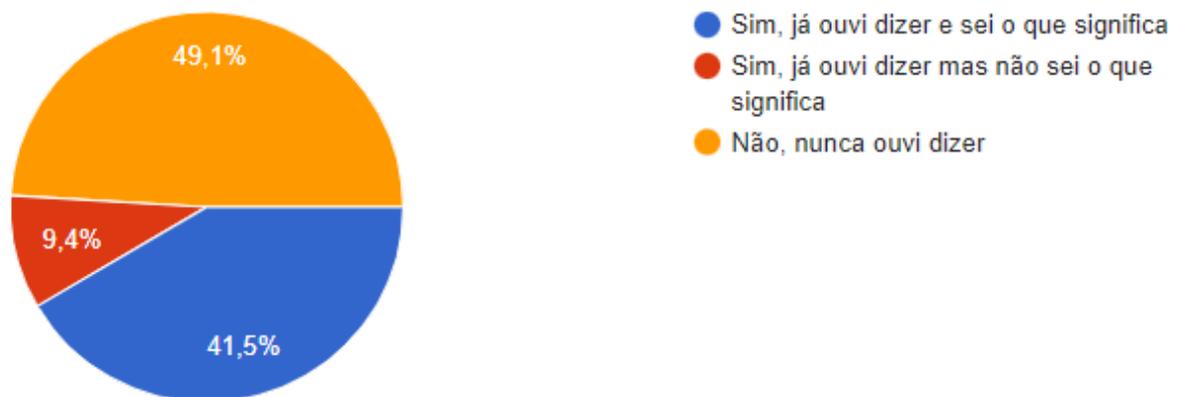


Figura 9: Conhecimento dos participantes sobre o termo *cruelty-free*.

Quando questionados acerca do seu conhecimento sobre testes realizados em cosméticos para avaliação da segurança e eficácia, 58,8% relataram não saber como esses testes são conduzidos e ainda, quando perguntados sobre a realização de testes *in vivo* em animais, 56,6% dizem já ter ouvido sobre o termo, mas não saber como são feitos.

Ao avaliarmos o grau de concordância acerca desta afirmativa:” É importante para mim que os cosméticos sejam livres de testes em animais”, obtivemos 13,09% com grau menor de concordância, 11,20% neutro e 65,61% com grau de maior concordância representado pelo gráfico a seguir (Figura 10).

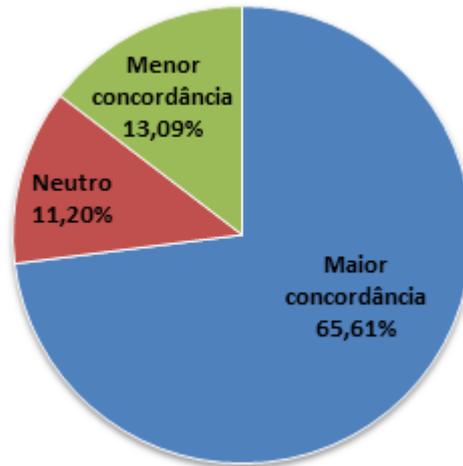


Figura 10: Grau de concordância sobre cosméticos livres de testes em animais

Fonte: Desenvolvido pela autora, 2021

Foi feita a afirmação: “Já utilizei ou utilizo um cosmético orgânico ou natural”, questionamos o grau de concordância e obtivemos as seguintes respostas (Figura 11).

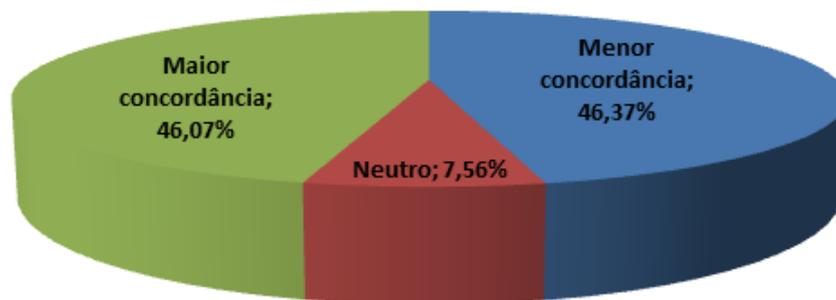


Figura 11: Grau de concordância sobre a utilização de cosmético orgânico ou natural

Fonte: Desenvolvida pela autora, 2021.

Ao realizar a compra de cosméticos e produtos em geral, apenas 26,4% levam em consideração se o produto é *cruelty-free*. Tal fato pode estar relacionado ao conhecimento acerca do tema, uma vez que 50% dos entrevistados não conhecem o termo e ao custo desses produtos, uma vez que geralmente apresentam um custo superior aos cosméticos tradicionais.

Nos últimos 6 meses, 52,8% não comprou ou consumiu cosmético sustentável enquanto 47,2% fizeram uso desse tipo de produto.

Afirmamos que a escolha do cosmético sustentável se baseia de acordo com a conveniência de achar os mesmos na loja em que os participantes costumam comprar, 37,97% concordaram em menor grau, 45,27% em maior grau e o restante se manteve neutro.

Sobre a percepção dos participantes sobre o cosmético sustentável ter o preço maior quando comparado a um cosmético não sustentável, 36,2% tiveram menor concordância acerca da afirmação, 11,22% se mantiveram neutros e 52,58% tiveram maior concordância.

Sobre a indicação de conhecidos influenciarem a compra de cosméticos dos participantes, 66,45% tiveram maior concordância, 5,27% neutro e 28,28% com menor concordância. (Figura 12)

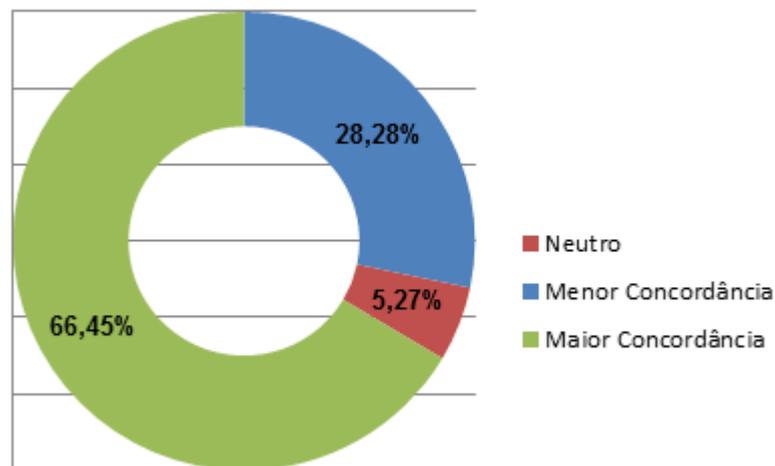


Figura 12: Grau de concordância sobre indicação de conhecidos influenciarem a compra de cosméticos

Fonte: Desenvolvida pela autora, 2021.

As marcas que primeiro vieram á mente dos participantes quando questionados sobre cosméticos naturais foram: Natura, B.O.B, Skala, Simples organic, Bioart, Cativa natureza, Forever liss, Avon, Mirra cosméticos, Use orgânico e Granado. Cabe ressaltar que muitos participantes responderam não conhecer nenhuma marca de cosméticos naturais.

Por fim ao afirmarmos que a internet é uma importante ferramenta de atualização sobre cosméticos verdes, 30,73% dos participantes tiveram um menor grau de concordância e 56,18% o grau de concordância foi maior, o restante se manteve neutro.

Várias empresas têm aderido as novas tendências de cosméticos naturais, orgânicos, veganos e *cruelty-free*. Dessa forma, para avaliar se as empresas estão de acordo com os

conceitos abordados, foram avaliados os rótulos de dez produtos *cruelty-free* para análise de conformidade com o conceito abordado (Tabela 1).

Tabela 1: Análise dos rótulos de produtos *cruelty-free* para análise de conformidade com o conceito abordado.

 <b>Cosméticos <i>Cruelty Free</i></b>			
<b>PRODUTO</b>	<b>MARCA</b>	<b>MATÉRIAS PRIMAS</b>	<b>DE ACORDO COM A LEGISLAÇÃO</b>
Antisséptico bucal	Contente	Xilitol, sodium saccharin, sodium benzoate, glycerin, aroma, sodium fluoride, cetylpyridinium chloride, Ci 19.194, Ci 42.090, aqua.	✓
Batom oh! Lips	Lola cosmetics	Polybutene Hydrogenated Polyisobutene Isostearyl Isostearate Cera Microcristalina Polyglyceryl-2 Tetraisostearate Hydrogenated Styrene/Methyl Styrene/Indene Copolymer Caprylic/Capric Triglyceride Calcium Sodium Borosilicate Stearalkonium Bentonite Silica Propylene Carbonate Pentaerythrityl Tetra-Di-T-ButylHydroxyhydrocinnamate Ethyl Vanillin Dicalcium Phosphate Tocopherol Poda Conter: Ci 42090, Mica, Ci 19140, Ci 77891, Ci 15850, Ci 77492, Ci 77499, Ci 45410, Ci 77007, Ci 77491, Ci 77510, Tin Oxide	✓
Rímel Fiberlous	Vizzela	aqua, ci 77499, acrylates/ethylhexyl acrylate copolymer, acrylates/dimethylaminoethyl methacrylate copolymer, polysobutene, synthetic beeswax, paraffin, stearic acid, vp/eicosene copolymer, pvp, copernicia cerifera cera, glyceryl estearate, glycerin (vegetal), nylon-6, silica, titanium dioxide , xanthan gum, acacia senegal gum, phenoxyethanol, caprylyl glycol, aminomethyl propanol, hydroxyethylcellulose.	✓
		Aqua, Aluminum Sesquichlorohydrate, Propylene Glycol, Polysorbate 20,	

Desodorante Roll on	Skala	Hydroxyethylcellulose, Parfum, Benzalkonium Chloride, PEG-12 Dimethicone, Methylchloroisothiazolinone (and) Methylisothiazolinone, Disodium EDTA, Citronellol, Coumarin, d-Limonene.	✓
Esmalte Tie	Daillus	Butyl acetate; ethyl acetate; nitrocellulose; tosylamide-formaldehyde resin; toluene; dibutyl phthalate; stearalkonium hectorite; silica; isopropyl alcohol; malic acid. Pode conter: ci 77891; ci 19140; ci 77491; ci 15865; ci 15880; ci 15985; ci 15850; ci 77510; ci 19140; ci 77007; ci 47005; citosylamide/formaldehyde resin; formaldehyde/melamine/tosylamide copolymer; p-formaldeido; bis ( t-butylbenzoxazolil) tiofeno	✓
Protetor Solar	Ricosol	Aqua, Ethylhexyl Salicylate, Octocrylene, Cetearyl Isononanoate, C12-15 Alkyl Benzoate, Butyl Methoxydibenzoylmethane, Potassium Cetyl Phosphate, Titanium Dioxide, Ethylhexyl Triazone, Butylene Glycol, Cyclopentasiloxane, Triacontanyl PVP, Glyceryl Stearate, Cetearyl Alcohol, Cetyl Palmitate, Dimethicone, Phenoxyethanol, Triethanolamine, Silica, Acrylates/ C10-30 Alkyl Acrylate Crosspolymer, Xanthan Gum, Tocopheryl Acetate, Carbomer, Disodium EDTA, Parfum, Pentaerythrityl Tetra-di-t-butyl Hydroxyhydrocinnamate, Methylisothiazolinone, Aloe barbadensis Leaf Powder.	✓
Base Matte	Adversa	Aqua, glycerin, disodium edta, sodium chloride, caprylyl glycol, phenoxyethanol, lauryl peg-10 tris (trimethylsiloxy) silylethyl dimethicone, magnesium stearate, dimethicone, dimethicone crosspolymer, cyclomethicone, aluminium starch octenylsuccinate, polymethyl methacrylate, parfum, linalool, hydroxycitronellal. Pode Conter: CI 77891, CI 77492, CI 77491, CI 77499	✓
		Aqua, Disodium EDTA, Glycerin, Citric Acid, Cetrimonium Chloride, Behentrimonium Methosulfate, Cetearyl Alcohol, Petrolatum, Methylchloroisothiazolinone,	✓

Máscara Capilar	Salon Line	Methylisothiazolinone, DMDM Hydantoin, Dimethicone, Amodimethicone, Parfum, Rose extract, Glycyrrhiza Glabra Rhizome/Root, Cichorium Intybus Leaf Extract, Hydrolyzed Rhodophyceae Extract, Panthenol, Bertholletia Excelsa Seed Oil, Menthol, Biotin, Propylene Glycol, Phenoxyethanol, Methylparaben, Ethylparaben, Propylparaben, Butylparaben, Imidazolidinyl Urea, Whey Protein, Ricinus Communis Seed Oil, Retinol, Butylphenyl Methylpropional, Hydroxycitronella, Limonene, Linalool.	
Sabonete Vegetal	Davene	Sodium Palmate, Sodium Stearate, Sodium Palm Kernelate, Aqua, Zea Mays Starch, Glycerin, Parfum, Sodium Chloride, CI 77891, Benzyl Salicylate, Butylphenyl Methylpropional, alpha-Isomethyl Ionone, Triticum Vulgare Bran, Tetrasodium EDTA, Linalool, Hexyl Cinnamal, CI 74160, Etidronic Acid, Coumarin, Sodium Hydroxide, Propylene Glycol, Amyl Cinnamal, Avena Sativa Meal Extract, Disodium Distyrylbiphenyl Disulfonate, Methylparaben, Propylparaben, 2-Bromo-2-Nitropropane-1,3-Diol, Methylchloroisothiazolinone, Methylisothiazolinone.	✓
Shampo Camomila	Tok Bothânico	Sodium Laureth Sulfate, Cocamide DEA, Phenoxyethanol/ Methylparaben/Ethylparaben/ Propylparaben/Butylparaben, Cocamidopropyl Betaine, Sodium Laureth Sulfate/ Glycol Distearate/ Cocamide MEA Laureth-10, BHT, Methylisothiazolinone/Methylchloro isothiazolinone, Citric Acid, Parfum (Benzyl Salicylate, Butylphenyl Methylpropional), CI 19140, CI 14720, Chamomilla Recutita Extract, Polyquaternium-7, Glycol Distearate, Sodium Chloride, Aqua.	✓

Todos os produtos avaliados estão em conformidade com o conceito do produto.

## 5 CONCLUSÃO

O presente estudo conclui que grande parte da população tem conhecimento sobre o tema proposto, mas que ainda assim sofre com a falta de informação. Este é um assunto que deve ser mais abordado nas mídias tradicionais ocasionando a conscientização tanto ambiental quanto social, propiciando um futuro melhor para as novas gerações com a beleza de forma sustentável e consciente.

Podemos notar que a beleza é importante para o consumidor e que os principais fatores que são levados em consideração na hora da compra de cosméticos sustentáveis é o seu preço, a qualidade, a preocupação com o meio ambiente, a compaixão com os animais, a indicação de conhecidos, a conveniência de encontrá-los nas lojas frequentadas. A motivação de compra desses cosméticos vai desde a empresa não realizar testes em animais e serem menos prejudiciais ao meio ambiente à influência da internet.

Importante ressaltar o quanto é preciso investir e apoiar a pesquisa, para que se tenha mais métodos alternativos que possibilitem a substituição total dos métodos convencionais para que as marcas abandonem de vez os testes em animais.

Este estudo serve como reflexão para a sociedade atual adquirir um novo olhar, e também uma pequena introdução para discussão que se faz fundamental quando se pensa no futuro do nosso planeta.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANVISA – AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Guia para avaliação de segurança de produtos cosméticos**. Brasília, 2012. Disponível em:

<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/centraisdeconteudo/publicacoes/cosmeticos/manuais-e-guias/guia-para-avaliacao-de-seguranca-de-produtos-cosmeticos.pdf/view>. Acesso em: 30 de out. 2021.

BRAND F. **Critical natural capital revisited: Ecological resilience and sustainable development**. *Ecol Econ* 68(3):605–612, 2009. doi:10.1016/j.ecolecon.2008.09.013

CHORILLI, M, TAMASCIA, P ; ROSSIM, C ; SALGADO, H.R.N. **Ensaio biológico para avaliação de segurança de produtos cosméticos**. 2009. Disponível em:

<http://files.bvs.br/upload/S/1808-4532/2009/v30n1/a013.pdf>. Acesso em: 08 nov. 2021.

COSTA, Mariana Chaves. **Determinantes de sustentabilidade do consumo de cosmético verde no Brasil**. Fortaleza, 2017. Disponível em: <http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/37043>  
Acesso em: 07 de nov 2021.

FURTADO, Beatriz dos Anjos. **Fatores influenciadores do consumo de cosméticos sustentáveis**. Juiz de Fora, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/uffjf/10189> Acesso em: 11 de nov. 2021.

GARNIER. **Naturalmente Eficaz - Shampoo Sólido**. 2020. Acedido Maio 25, 2021. Disponível em: <https://www.garnier.pt/as-nossas--marcas/ultra-suave/shampoo-solido>. Acesso em: 25 de out. 2021.

IBM. **Meet the 2020 consumers driving change**. On-line. 2020. Disponível em: <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/report/consumer-2020>. Acesso em: 29 out 2021.

L'ORÉAL. **L'Oréal for the future**. 2020. Disponível em: <https://www.loreal.com/pt-pt/portugal/pages/commitments/l-oreal-for-the-future-pt/>. Acesso em: 04 nov 2021.

MAPA VEG. **Guia Vegano Brasileiro: Lista de Ingredientes**. 2017. Disponível em: <https://www.mapaveg.com.br/guia/ingredientes>. Acesso em: 19 nov. 2021.

OLIVEIRA, Bruna Barbosa. BARROS, Rodrigo Borges. **Métodos alternativos aos testes de ATIVOS AOS TESTES DE COSMÉTICOS EM ANIMAIS**. <https://repositorio.uniube.br/bitstream/123456789/1305/1/M%C3%89TODOS%20ALTERNATIVOS%20AOS%20TESTES%20DE%20COSM%C3%89TICOS%20EM%20ANIMAIS.pdf>. Acesso em: 10 nov 2021

SANTOS, Luisa. **Uma perspectiva sobre os cosméticos orgânicos, veganos e naturais**. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://ofelia.com.br/wp-content/uploads/2020/12/TCC-Luiza-Santos.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2021.

SARETTA, Zaila Caroline. BRANDÃO, Byron José. **A beleza de forma sustentável: o uso de Cosméticos orgânicos**. São Paulo, 2021. Disponível em: <https://bwsjournal.emnuvens.com.br/bwsj/article/view/169>. Acesso em: 05 nov 2021.

## 7 ANEXOS

- a. Avaliação do conhecimento e identificar e avaliar os principais fatores que influenciam o consumo dos cosméticos sustentáveis.

### PARTE I: Caracterização socio-demográfica

1. Estado onde reside
  
2. Cidade onde reside
  
3. Sexo
  - Feminino
  - Masculino
  
4. Idade
  - 15 a 18 anos
  - 19 a 23 anos
  - 24 a 28 anos
  - 29 a 31 anos
  - 32 a 40 anos
  - 40 a 50 anos
  - Acima de 50 anos
  
5. Estado Civil
  - Solteiro(a)
  - Casado(a)
  - Divorciado(a)
  - Viúvo(a)
  - União estável
  
6. Escolaridade
  - Ensino fundamental incompleto
  - Ensino fundamental completo
  - Ensino médio incompleto

- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós-graduação incompleta
- Pós-graduação completa

7. Pensando nas últimas duas semanas, qual seu hábito de leitura semanal? Favor considerar livros, revistas, jornais, materiais técnicos e científicos!

- Não tenho o hábito de leitura
- De 1 a 3 vezes por semana
- De 4 a 7 vezes por semana

8. Considerando como produtos cosméticos: cremes, loções, shampoos, condicionadores, fotoprotetores (filtros solares), maquiagens, sabonetes (sólidos ou líquidos), cremes (pastas) dentais, perfumes, desodorantes, géis fixadores, entre outros produtos que você utiliza para perfumar ou limpar seu corpo, qual seu gasto médio mensal com produtos cosméticos?

- Até R\$ 50,00
- . De R\$ 51,00 a R\$ 100,00
- . De R\$ 101,00 a R\$ 150,00
- De R\$ 151,00 a R\$ 200,00
- . Acima de R\$ 200,00.

9. Qual a primeira MARCA de cosméticos que vem à sua mente?

10. Em uma palavra, qual a principal característica que você valoriza ao comprar um cosmético?

11. Você conhece o termo cosmético sustentável

- Sim, já ouvi dizer e sei o que significa
- Sim, já ouvi dizer mas não sei o que significa
- Não, nunca ouvi dizer

12. Você conhece o termo cosmético natural

- Sim, já ouvi dizer e sei o que significa
- Sim, já ouvi dizer mas não sei o que significa
- Não, nunca ouvi dizer

13. Você conhece o termo cosmético vegano

- Sim, já ouvi dizer e sei o que significa
- Sim, já ouvi dizer mas não sei o que significa
- Não, nunca ouvi dizer

14. Você sabe como é feita a testagem dos produtos cosméticos na indústria?

- Sim
- Não

15. Você tem conhecimento sobre a testagem em animais?

- Sim, já ouvi dizer
- Sim, já ouvi dizer mas não sei o que significa
- Não, nunca ouvi dizer

16. Você sabe o que são os cosméticos *cruelty free*?

- Sim, já ouvi dizer
- Sim, já ouvi dizer mas não sei o que significa
- Não, nunca ouvi dizer

17. Na hora de sua compra você leva em consideração se o produto é *cruelty free*?

- Sim
- Não
- Raramente

18. Comprou ou consumiu algum cosmético sustentável nos últimos 6 meses (sabonetes, shampoos, esmaltes, cremes, ou outros cosméticos livres de derivados de petróleo, com técnicas no/low poo, livre de teste em animal, livre de mão de obra escrava, feitos de elementos naturais, veganos, orgânicos e com embalagens recicláveis?

- Sim
- Não

19. Cite uma marca de cosméticos, a que primeiro vier à sua mente, que está associada diretamente com produtos de origem natural.

Assinale com um x o seu grau de concordância com as afirmações. Quanto mais próximo de 7 maior a concordância, 4 é neutro e quanto mais próximo de 1, menor a concordância.

Quando eu tenho que escolher entre dois produtos, eu sempre escolho o que é menos prejudicial às outras pessoas e ao meio ambiente	1	2	3	4	5	6	7
Eu não compro cosméticos fabricados ou vendidos por empresas que prejudicam o meio ambiente.	1	2	3	4	5	6	7
Eu não compro cosméticos que podem causar a extinção de algumas espécies	1	2	3	4	5	6	7

vegetais ou animais.								
Paro de comprar cosméticos de uma empresa que mostra desrespeito pelo meio ambiente.	1	2	3	4	5	6	7	
É importante para mim que os cosméticos sejam livres de testes em animais.	1	2	3	4	5	6	7	
Entre um cosmético que faz teste em animais e um que não faz testes em animais, escolho para compra o que não faz testes em animais.	1	2	3	4	5	6	7	
Eu escolho cosméticos que promovem a responsabilidade social de	1	2	3	4	5	6	7	

revendedores de cosméticos e produtos de beleza.								
A maneira como eu me apresento é extremamente importante para mim.	1	2	3	4	5	6	7	
Vale apenas o esforço para ter uma aparência melhor.	1	2	3	4	5	6	7	
É importante que eu apareça sempre com uma boa fisionomia.	1	2	3	4	5	6	7	
Sinto - me mais bonito (a) quando utilizo algum tipo de cosmético.	1	2	3	4	5	6	7	
Considero o sensato gastar dinheiro com produtos de beleza.	1	2	3	4	5	6	7	

Utilizo produtos para tratamento da minha pele todos os dias.	1	2	3	4	5	6	7
Ter a opção de um cosmético sustentável orgânico ou natural influencia na minha decisão de compra.	1	2	3	4	5	6	7
A indicação de conhecidos influencia na minha compra de cosméticos.	1	2	3	4	5	6	7
Tenho preferência por provar um cosmético antes de comprá-lo.	1	2	3	4	5	6	7
A disponibilidade de cosméticos em locais de venda de fácil acesso ou de entrega imediata, como	1	2	3	4	5	6	7

supermercados e lojas, influencia na minha compra.								
. Prefiro comprar cosméticos de marcas conhecidas.	1	2	3	4	5	6	7	
O preço de venda de um cosmético influencia na minha decisão de compra.	1	2	3	4	5	6	7	
Tenho preferência por cosméticos, independentemente de seu preço de venda, que não são testados em animais.	1	2	3	4	5	6	7	
Antes de comprar um cosmético verifico a sua composição ou seus ingredientes	1	2	3	4	5	6	7	
Prefiro cosméticos que não prejudiquem	1	2	3	4	5	6	7	

o meio-ambiente.								
Tenho preferência por empresas cosméticas que possuam política de sustentabilidade e/ou de responsabilidade social.	1	2	3	4	5	6	7	
Prefiro comprar cosméticos que não são testados em animais, independentemente de seu preço de venda.	1	2	3	4	5	6	7	
prefiro comprar cosméticos que utilizam embalagens recicláveis ou biodegradáveis	1	2	3	4	5	6	7	
Tenho preferência por cosméticos que sejam formulados com ingredientes de	1	2	3	4	5	6	7	

origem vegetal obtidos de recursos naturais brasileiros.								
No momento de compra de um cosmético, tenho facilidade em distinguir um produto cosmético natural ou orgânico dos demais cosméticos.	1	2	3	4	5	6	7	
Já utilizei ou utilizo um cosmético orgânico ou natural.	1	2	3	4	5	6	7	
Tenho preferência por cosméticos orgânicos ou naturais por acreditar que sejam mais saudáveis.	1	2	3	4	5	6	7	
. A presença de parabenos ou	1	2	3	4	5	6	7	

óleo mineral na composição de um produto cosmético influencia minha decisão de compra.								
A opção de um cosmético formulado a partir de Água Termal obtida de fontes regionais seria considerada em minha compra de cosméticos.	1	2	3	4	5	6	7	
Eu prefiro cosméticos sustentáveis porque são mais saudáveis.	1	2	3	4	5	6	7	
Eu reflito muito sobre minha saúde.	1	2	3	4	5	6	7	
Minha consciência sobre a saúde irá afetar minha atitude em relação a	1	2	3	4	5	6	7	

cosméticos sustentáveis.								
Eu me interesso por repostagens sobre cosméticos verdes.	1	2	3	4	5	6	7	
Para mim, a internet é uma importante ferramenta de atualização sobre cosméticos verdes.	1	2	3	4	5	6	7	
Eu visualizo o perfil das empresas da internet para verificar se o produto do meu interesse possui características ecológica, social e economicament e corretas.	1	2	3	4	5	6	7	
Meus amigos aprovariam o meu consumo de	1	2	3	4	5	6	7	

cosméticos sustentáveis.								
Na minha família há outras pessoas que fazem uso de cosméticos sustentáveis.	1	2	3	4	5	6	7	
Eu costumo consultar pessoas que utilizam cosméticos sustentáveis antes da compra.	1	2	3	4	5	6	7	
Eu percebo que o preço de um cosmético sustentável é maior quando comparado a um cosmético não sustentável.	1	2	3	4	5	6	7	
O fácil acesso aos cosméticos sustentáveis em locais de compra influencia na minha escolha.	1	2	3	4	5	6	7	

Sempre que há disponibilidade de cosméticos sustentáveis na loja, dou preferência a eles.	1	2	3	4	5	6	7
Eu escolho o cosmético sustentável de acordo com a conveniência de achar os mesmos na loja em que costumo comprar.	1	2	3	4	5	6	7
Quando eu não encontro em uma loja um cosmético sustentável, eu vou a outra loja para comprar.	1	2	3	4	5	6	7
Eu acredito que a qualidade é um fator relevante para a escolha de um produto cosmético.	1	2	3	4	5	6	7

Eu compro cosméticos pela qualidade que julgo ser ideal, não pela causa ambiental.	1	2	3	4	5	6	7
Entre dois cosméticos iguais, escolho aquele que tem embalagem reciclável.	1	2	3	4	5	6	7
Eu compraria um produto com uma embalagem menos atrativa se soubesse que ela não agride o meio ambiente.	1	2	3	4	5	6	7