

ANÁLISE SOBRE A PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES QUANTO AO DESCARTE E LOGÍSTICA REVERSA DE EMBALAGENS DE COSMÉTICOS SOB A PERSPECTIVA DA ECONOMIA CIRCULAR

Resumo:

O Brasil é o quarto país no ranking do consumo setor de Higiene, Perfumaria e Cosméticos-HPPC, que representa 1,8% do PIB nacional, estando atrás apenas do Estados Unidos, Japão e China (FORBES, 2020). Com grande parte dos salões de beleza fechados devido à pandemia, uma parcela de pessoas mudou sua rotina de cuidados. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos-Abihpec, o setor em 2020 registrou uma alta de 0,6% de faturamento. Com o aumento dos impactos negativos relativos aos resíduos, em 2010 foi sancionada a Política Nacional dos Resíduos Sólidos-PNRS. Com base no princípio da responsabilidade compartilhada a logística reversa de embalagens passa a ser obrigatória para a população em geral, e para as empresas envolvidas na geração e gestão dos resíduos, e que utilizam a logística reversa como diferencial para a captação de clientes. O objetivo deste artigo é analisar a percepção do consumidor do setor de HPPC quanto ao descarte de embalagens de cosméticos e logística reversa sob a perspectiva da economia circular, por meio de um *survey*. Os resultados demonstraram pouco conhecimento dos respondentes sobre a Economia Circular e a PNRS, porém, eles possuem interesse em adquirir produtos de empresas que possuem práticas sustentáveis, desde que não seja necessário pagar mais caro por isso. Deste modo, a presente pesquisa contribuiu para diminuir a escassez de estudos sobre Economia Circular e embalagens de cosméticos, assim, sugere-se para estudos futuros utilizem a abordagem qualitativa, tendo-se a perspectiva tanto de consumidores como das empresas.

Palavras chave: Economia Circular; Embalagens de Cosméticos; Logística reversa; Sustentabilidade.

Abstract:

Brazil is the fourth country in the ranking of the Hygiene, Perfumery and Cosmetics-HPC consumption sector, which represents 1.8% of the national GDP, only behind the United States, Japan and China (FORBES, 2020). With most beauty salons closed due to the pandemic, a number of people have changed their care routine. According to the Brazilian Association of the Personal Hygiene, Perfumery and Cosmetics Industry-Abihpec, the sector in 2020 registered an increase of 0.6% in sales. With the increase in negative impacts related to waste, in 2010 the Brazilian Solid Waste Policy-BSWP was sanctioned. Based on the principle of shared responsibility, reverse logistics for packaging becomes mandatory for the population in general, and for companies involved in the generation and management of waste, and that use reverse logistics as a differential for attracting customers. The aim of this paper is to analyze the perception of consumers of the setor of HPC related to the disposal and reverse logistics of packaging of beauty products under the circular economy perspective, through a survey. The results showed little knowledge of respondents about the Circular Economy and the BSWP. However, they are interested in purchasing products from companies that have sustainable practices, as long as it is not necessary to pay more for it. Thus, this research contributed to reduce the scarcity of studies on Circular Economy and cosmetic packaging, thus, it is suggested for future studies to use the qualitative approach, having the perspective of both consumers and companies.

Keywords: Beauty products packaging; Circular Economy; Reverse Logistics; Sustainability.

1 Introdução

Com o crescimento exorbitante da população mundial, percebeu-se a necessidade da criação de mecanismos para movimentação de produtos e mercadorias, deste modo, houve a invenção de embalagens para suprir essa demanda. Nos dias atuais, pode-se utilizar do design do produto e da sua embalagem como marketing em divulgações com um diferencial, tendo muitas vezes um apelo afetivo para incentivar o consumo.

No entanto, a evolução do consumo gerou um aumento considerável do lixo, tanto urbano quanto industrial. O crescimento destes detritos ocorreu com a expansão capitalista, prolongamento da expectativa de vida, obsolescência programada de produtos, pela evolução das embalagens, entre outros. Cada vez mais o ser humano ficou dependente de embalagens para viver, pois as mercadorias não são mais vendidas a granel.

Segundo Azevedo (2015), a economia circular (também conhecida como restaurativa por natureza), nascida na década de 70, é um conceito mais recente que transformou o sistema econômico linear tradicional (extrair, transformar e descartar). Atualmente, é aplicado em grande parte das empresas, repensando as práticas econômicas para implantação de um modelo em que todos os materiais são criados para circular de forma eficiente e serem realocados na produção, sem sua perda de qualidade.

Bonviu (2014), aponta que os processos produtivos passam a ser reformulados em uma estrutura circular, com o intuito de mostrar que recursos naturais são obtidos no meio ambiente de forma inicial, e após o consumo, torna-se ativos produtivos permanentes reciclados na cadeia de valor. Isto é, a economia circular sucede em todas as atividades produtivas.

O modelo circular emprega os três “R” (reduzir, reutilizar e reciclar) uma vez que emprega o modelo sustentável como seu ritmo principal. Para que a economia seja circular, é necessário que todos os setores da empresa devam estar envolvidos e conscientes. Em 2010 foi sancionada a Política Nacional dos Resíduos Sólidos (PNRS). A Política institui a responsabilidade compartilhada dos geradores de resíduos, sendo eles: os fabricantes, importadores, distribuidores, comércio, cidadãos e titulares de serviços de manejo dos resíduos sólidos urbano, além dos consumidores na Logística Reversa.

O setor de higiene pessoal, perfumaria e cosmético (HPPC), é considerado o setor em maior ascensão de consumo, porém, o que preocupa atualmente é o comportamento do consumidor e sua forma de consumir. Segundo panorama da indústria de HPPC do BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, levando em consideração que o Brasil está na quarta colocação, foi constatado que está entre os principais países que mais consomem cosméticos no mundo, há um aumento de resíduos sólidos, relacionados às embalagens no meio ambiente.

Em 2015 foi assinado o Acordo Setorial em Embalagens em Geral com o Ministério do Meio Ambiente - MMA e associações representando diversas indústrias de embalagens de materiais diferentes. Os acordos setoriais são instrumentos da PNRS para implementação da logística reversa e ocorre via parceria do setor envolvido, que submete uma proposta via edital de chamamento emitido pelo MMA (SINIR, 2021). Todavia, por falta de isonomia e igualdade, as fiscalizações acabam sendo ineficazes. Para sanar este problema, novas

iniciativas estaduais devem exigir um plano de logística reversa para adequar à PNRS no momento de renovações de licenças das organizações .

Por isso, é importante detectar empresas que possuam práticas ou ações acerca de um planejamento de produtos voltados para a economia circular, que permita um planejamento adequado para que no seu ciclo de vida final possa ocorrer um reaproveitamento das embalagens na cadeia produtiva. A percepção dos consumidores quanto a essas práticas ou ações também é importante, visto que à medida em que o consumidor se conscientiza, podem ocorrer alterações no descarte indevido no meio ambiente.

Tendo em vista esse contexto, o objetivo geral deste artigo é analisar a percepção do consumidor do setor de HPPC quanto ao descarte de embalagens de cosméticos e logística reversa sob a perspectiva da economia circular. Para atingir esse objetivo geral foi necessário: i) Mapear as maiores empresas de cosméticos atuantes no Brasil; ii) Identificar se existem e quais são as práticas ou ações adotadas por estas empresas para incentivar o descarte adequado das embalagens e incentivo ao consumo sustentável; iii) Identificar a percepção os consumidores quanto aos benefícios da adoção de práticas mais sustentáveis e descarte de produtos.

Para atingir esses objetivos foi realizado uma pesquisa documental e um survey. Os resultados demonstraram pouco conhecimento dos respondentes sobre a Economia Circular e a PNRS, porém, ao mesmo tempo eles possuem interesse em adquirir produtos de empresas que possuem práticas sustentáveis, desde que não seja necessário pagar mais caro por isso. Deste modo, a presente pesquisa contribuiu para diminuir a escassez de estudos sobre Economia Circular e embalagens de cosméticos, assim, sugere-se para estudos futuros utilizem a abordagem qualitativa, tendo-se a perspectiva tanto de consumidores como das empresas.

2 Referencial Teórico

2.1 Logística Reversa

Leite foi um dos pioneiros em estudos da Logística Reversa, conceituando-a como a área da logística empresarial que possui como finalidade planejar, operar, controlar o fluxo do retorno dos bens pós-venda e principalmente pós-consumo do ciclo produtivo (Leite 2003).

De acordo com Lacerda (2002) existem três grandes causas que justificam o aumento da aplicabilidade da logística reversa nas organizações: 1) Questões ambientais: graças às legislações ambientais e órgãos controladores, as empresas estão se tornando cada vez mais conscientes de suas responsabilidades pelo ciclo de vida de seus produtos, ou seja, serem responsáveis pelo produto pós-venda e pós-consumo, aplicando o descarte correto a fim de minimizar impactos ambientais. 2) Concorrência: Lacerda afirma que existem clientes que optam pela fidelização às empresas que adotarem políticas sustentáveis, como o retorno de embalagens, o que pode notar como estratégia de diferenciação do produto. 3) Redução de custo: A empresa que faz o uso de embalagens retornáveis, ou com o reaproveitamento da matéria prima em seu novo ciclo produtivo, terá um custo de produção menor na confecção de seus produtos (DE AVILA, 2013).

Para que o processo logístico reverso seja compreendido a sua forma operacional é ilustrado na figura 1:

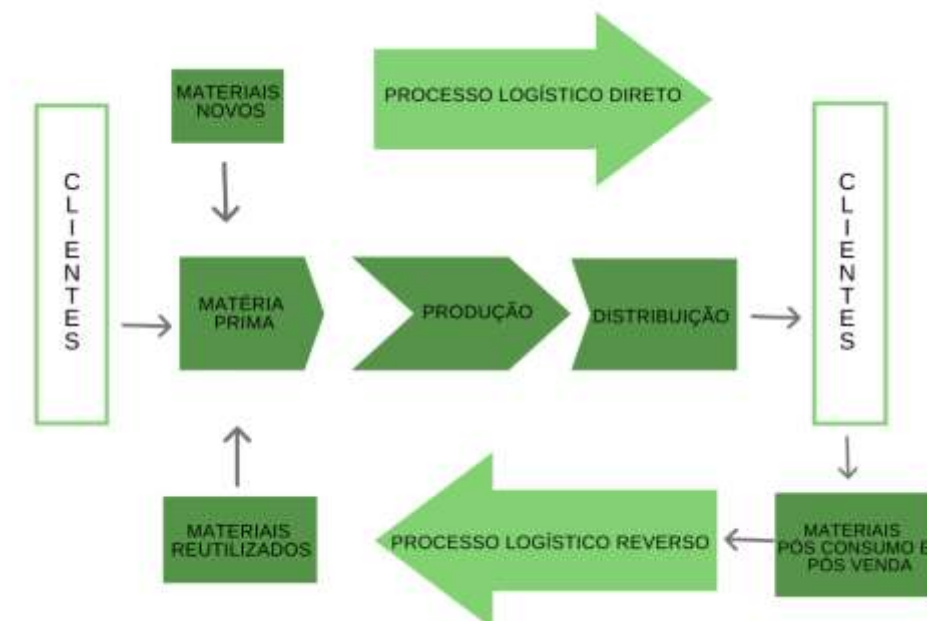


Figura 1: Processo Logístico Direto e Processo Logístico Reverso.
Fonte: Adaptado de Rogers e Tibben-Lembke (1999)

A figura 1 demonstra de forma simplificada os processos logísticos, para Ballou (1995), o processo direto é uma continuidade de todas as etapas que configuram o fluxo de produtos, desde o fornecedor das matérias primas até o consumidor final. No entanto, a preocupação surgiu quando sentiu-se necessidade de um descarte correto, uma vez que descartar o lixo adequadamente é o primeiro passo para reciclar, além de evitar a poluição (LIMA, 2008).

2.2 Economia Circular

A economia circular (EC), na língua inglesa *circular economy*, é o conceito mais recente que reformulou o sistema econômico repensando em suas práticas. Esta concepção mais recente, se destaca pela mudança na maneira de consumir, priorizando a redução do consumo, para obter uma redução na quantidade de lixo gerado e também a priorização da economia de recursos.

O foco em consumir de forma responsável ganhou força nos últimos anos, todavia, é um assunto debatido a um tempo razoável. Segundo Leitão (2002, p. 157, *apud* Dyllick e Hockerts, 2015) a abordagem à sustentabilidade tem sido apenas sinónimo de minimizar impactos ambientais negativos, reduzir pegadas ecológicas, neutralizar emissões e aumentar a eficiência na aplicação dos recursos, ou seja, continuar a fazer as coisas do mesmo modo, apenas com menos intensidade, mas sem mudar de rumo, apenas transferindo os problemas para o futuro.

Azevedo (2015) destaca que a economia circular ou restaurativa, consiste na brecha do modelo tradicional, também chamado de linear, que é aplicado por grande partes das organizações, mudando para um modelo circular, onde todos os insumos deverão ser utilizados da forma mais eficiente e consciente.

De acordo com Ellen MacArthur (2012), a economia circular possui três princípios. O primeiro é referente à preservação e aprimoramento do capital natural, que diz respeito a

controle de recursos finitos e manejar o fluxo de uso de recursos renováveis. O segundo princípio do modelo diz respeito à otimização do rendimento dos recursos a partir da circulação dos produtos e insumos, de forma que intensifique o uso, tencionando a obsolescência programada que os bens possuem. Como terceiro princípio, Ellen enfatiza a necessidade do estímulo à efetividade desse sistema, resolvendo as externalidades negativas de modo imediato.

De acordo com Bonviu (2014), os processos produtivos passam a ser reformulados de uma estrutura circular, mostrando que os recursos naturais são obtidos no meio ambiente de forma inicial e, após o consumo, torna-se insumos para geração de novos produtos na cadeia de valor. Ou seja, a economia circular ocorre em todas as atividades produtivas a fim de diminuir a produção de resíduos e evitar o desperdício de recursos naturais não renováveis.



Figura 2: Economia Circular e Economia Linear, um comparativo.

Fonte: Adaptado de Sauv , Bernard e Sloan (2016).

2.3 Legisla es de Resíduos Sólidos

A logística reversa é diretamente ligada aos impactos ambientais pelo descarte final de bens, assim,   possível compreender a sua importância e a criação de legislações para monitoramento dessa responsabilidade.

Visando buscar o equilíbrio ecológico, o Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA) vigorou a resolução n  001 em 1986, definindo como Impacto Ambiental:

qualquer alteração das propriedades físicas, biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas que afetem diretamente ou indiretamente: I) a saúde, segurança, e o bem estar da população; II) as atividades sociais e econ micas; III) a biota; IV) a condições est ticas e sanitárias do meio ambiente; V) a qualidade dos recursos ambientais.

Além disso, também podem ser citadas diversas outras resoluções do CONAMA e a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) a respeito do descarte de resíduos possivelmente perigosos ao meio ambiente de forma geral (GUARNIERI, 2011). Outra medida impactante ao descarte de embalagens foi a lei n  12.305/10 que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e instaura a prevenção e redução na geração de resíduos, como sua proposta

principal, os novos hábitos de consumo responsável e uma ampla variedade de instrumentos para conceder aumento da reciclagem e aproveitamento de resíduos sólidos (BRASIL, 2010).

A PNRS instituiu a responsabilidade compartilhada dos geradores de resíduos: fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, o cidadão e titulares de serviços de manejo dos resíduos sólidos urbanos na Logística Reversa dos resíduos de embalagens pós-consumo e o pós-consumo (BRASIL, 2010). Em 2010, o Decreto 7.404 também foi publicado visando criar meios para a operacionalização dos instrumentos citados na PNRS e, em 2015 foi assinado o Acordo Setorial para implementação da logística reversa de embalagens em geral, que impactou diretamente o setor de cosméticos e produtos de beleza.

2.4 Descarte de embalagens

Segundo o Instituto Akatu (2011), os brasileiros passam a gerar uma maior quantidade de resíduos sólidos a cada ano. A expressão “colocar o lixo pra fora” não é tão simples assim, uma vez que o lixo sairá da nossa casa e será realocado em outro local, ele não deixa de existir.

O descarte correto é um grande problema mundial, principalmente de produtos do setor HPPC, onde a rotatividade é grande e os produtos são utilizados por grande parte da população. O descarte de cosméticos pode ser motivado por inúmeros fatores, mas na maioria das vezes não é realizado de acordo com o que está presente na embalagem.

Gerar menos lixo é escolha do consumidor, onde pode se assimilar as questões de consumo, em que, no contexto de economia circular, busca-se visar o consumo responsável como um dos seus pilares, pretendendo gerar menos lixo e poluição no meio ambiente.

A responsabilidade socioambiental vem ganhando força nos últimos anos. O Ministério do Meio Ambiente é responsável por desenvolver políticas de produção sustentável juntamente com o consumo, na qual se encaixa o consumo consciente, onde o consumo é priorizado pela necessidade, e não pela emoção, afeto ou algo do tipo (MMA, 2021).

Karaski et al. (2016) diz que dentre as responsabilidades estabelecidas na PNRS, o cidadão é responsável não só pelo encaminhamento correto dos resíduos que gera, mas também tem a oportunidade de promover mudanças ao exercer o seu papel como consumidor.

A Anvisa (2005) define cosméticos como sendo elementos químicos constituídos por substâncias naturais ou sintéticas que compõem produtos de três segmentos: higiene pessoal, perfumes e cosméticos. Já seus produtos são divididos em quatro categorias: 1) Produtos para higiene; 2) Cosméticos; 3) Perfumes e 4) Produtos para bebês (CAPANEMA et al., 2007).

Segundo dados do Euromonitor International o Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo – estão inclusos os cosméticos para cabelo e pele, perfumes e produtos para higiene bucal. O país fica atrás dos Estados Unidos, China e Japão. (FORBES, 2020.)

O descarte de produtos de beleza segue uma dinâmica complexa que na maioria das vezes não ocorre conscientemente pelos consumidores. Suarez et al. (2010) afirmam que o descarte de cosméticos ocorre segundo duas lógicas. A primeira é a utilização completa, onde a compra, o uso e o descarte se sucedem de forma natural, seguindo o ciclo onde a compra de um novo

item ocorre após a finalização do produto, como por exemplo os shampoos, condicionadores, protetores solares e cremes (corporais ou capilares), cujo destino final das embalagens é a lata de lixo. A segunda é a caracterizada por produtos não utilizados até o fim, que ocorre com grande frequência mas não é tão percebida assim pelos usuários.

Compreende-se que o número de empresas registradas na Anvisa em 2018 era 2.794, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmético - ABIHPEC. (FORBES, 2020). Nesse mercado possuem empresas que decidiram divulgar suas práticas de sustentabilidade, logística reversa ou economia circular de embalagens, portanto, foram encontradas 6 empresas que se enquadram neste quesito.

Dentre as empresas de cosméticos que oferecem política de devolução de embalagens, temos: Avon, Natura, L'Oréal, MAC, Grupo Boticário e Unilever. A Avon adotou a logística reversa ao participar do Programa DAMF – Dê a Mão Para o Futuro: Reciclagem, Trabalho e Renda. Este trabalho é coordenado pela ABIHPEC (VG RESÍDUOS, 2018).

A Natura garante que 33% do equivalente aos resíduos das embalagens irão para a reciclagem. O Programa Natura Elos configura a responsabilidade compartilhada entre nós e nossos fornecedores de embalagens, como cooperativas, recicladores e fabricantes. Desde 2017, a empresa colabora para garantir a rastreabilidade, a homologação e a logística reversa em todos os seus fornecedores de materiais reciclados. Para decidirmos por um fornecedor de material reciclado, queremos saber quem coletou os resíduos e em que condições (no Brasil, são mais de 1 milhão de catadores de materiais recicláveis) e quem os transformou em matéria-prima reciclada, tudo documentado com notas fiscais e certificados (NATURA, 2019).

Em 2020 a Natura e a *The Body Shop* – uma das marcas pertencentes a Natura & CO – adotaram um programa de logística reversa visando minimizar o descarte inadequado de embalagens pós-uso. “A cada cinco embalagens vazias com exceção de frascos em miniatura, amostras e caixas de papel que acompanham as embalagens) levadas às respectivas lojas físicas, os clientes receberão um novo produto. As lojas próprias da Natura ainda receberão itens vazios outras marcas do grupo Natura & CO. Portanto, o cliente também poderá trocar embalagens The Body Shop, Avon e Aesop por um presente Natura.” (NATURA, 2020).

Reciclagem de embalagens e utilização de plásticos de origem renovável ou reciclados nos produtos, são os diferenciais propostos pela L'Oréal. Em 2020 a empresa se juntou à iniciativa *New Plastics Economy* e agora faz parte de uma lista de 11 companhias que assumiram o compromisso de todas as embalagens de produtos serem 100% reutilizáveis ou compostáveis até 2025 (LOREAL, 2021).

A empresa canadense MAC é uma das pioneiras de programas em torno de embalagens aqui no Brasil (TESTONI, GUARNIERI e FILIPPI, 2020). Como programa de fidelização, a empresa troca seis embalagens vazias por um batom da loja, colaborando com o descarte adequado de suas embalagens usadas (MAC, 2015).

Grupo Boticário: O grupo possui quatro marcas (O Boticário; Quem Disse, Berenice? The Beauty Box e Eudora) e um programa de logística reversa de suas embalagens, possibilitando que os clientes retornem seus produtos vazios em qualquer época do ano. O Boticário incentivou os consumidores ao descarte consciente com a estratégia de retornar seus produtos vazios por produtos novos. A empresa QuemDisse, Berenice? Promoveu um dia de troca de batons usados de qualquer marca por novos. Este programa é desenvolvido pelo Boti Recicla

– programa de reciclagem das marcas do Grupo –. (TESTONI, GUARNIERI e FILIPPI, 2020).

A preocupação da Unilever com a diminuição dos impactos ambientais resultou na utilização da logística reversa coletando embalagens pós-consumo e enviando-as para a reciclagem. (VG RESÍDUOS, 2018). A Unilever utiliza a prática de logística reversa recolhendo todos os produtos danificados, vencidos e avariados dos pontos de vendas. As embalagens são encaminhadas para a reciclagem garantindo assim, que os resíduos tenham um fim ecologicamente correto (GUARNIERI, 2011).

3 Procedimentos metodológicos

Trata-se de uma pesquisa aplicada, exploratória e descritiva, de abordagem quantitativa, cujo procedimento técnico utilizado foi o levantamento (survey) e a análise documental, nos sites de empresas que utilizam as boas práticas da economia circular no descarte pós consumo de embalagens de cosméticos.

O instrumento de coleta de dados foi um questionário com perguntas fechadas, aplicado de forma online, com consumidores de cosméticos que praticam ou não o descarte das embalagens pós-consumo. O questionário foi baseado no instrumento de pesquisa de Moreira e Guarnieri (2017) e Testoni, Guarnieri e Filippi (2020), com adaptações relacionadas às questões com foco na economia circular, visto que os dois trabalhos anteriormente publicados eram focados somente na logística reversa.

O universo de respondentes são os consumidores do setor de HPPC no Brasil, a amostra é não probabilística, o acesso aos respondentes ocorreu por meio das principais mídias sociais: Instagram, LinkedIn, Facebook, Whatsapp e também por e-mail, o critério para escolha dos respondentes foi por acessibilidade e conveniência, ou seja, aqueles que concordaram e se disponibilizaram em responder o questionário. Efetuou-se o cálculo da amostra e obteve-se o resultado de 394 respondentes, como o mínimo para a amostra ser considerada válida. Obteve-se 441 respostas válidas, excedendo o montante previsto de 394.

Quanto à análise dos resultados, realizou-se a análise documental, com base na análise dos sites das principais empresas de cosméticos brasileiras visando obter as principais práticas ou ações relacionados ao descarte, logística reversa e economia circular relacionadas à embalagens de cosméticos e quanto às respostas dos questionários, foram analisadas as frequências das respostas.

4 Resultados

A partir da análise documental efetuada, foram estudadas empresas que praticam o descarte de embalagens de cosméticos e além do mais, duas delas possuem ações de relacionamento e fidelização de clientes. Foram encontradas três empresas brasileiras que motivam o descarte correto de embalagens pós consumo, e na tabela abaixo consiste no resumo de cada uma delas:

Empresa	Economia Circular	Relacionamento com o Cliente
Natura	Os materiais coletados serão transformados em vasos de plantas, cones de trânsito, caixas para legumes e vegetais, entre outros itens.	A cada cinco embalagens vazias das marcas, os clientes ganham um novo produto como recompensa.

Quem disse Berenice?	As embalagens vazias são encaminhadas às cooperativas homologadas pelo Grupo Boticário, para transformação em novos insumos em outros ciclos produtivos.	Programa de fidelidade "Retorna-bere", que a cada cinco embalagens vazias de qualquer produto da marca, a cliente tem a opção de trocar por um batom cremoso.
L'Oréal	O novo compromisso de sustentabilidade, o L'Oréal para o futuro é que até 2030, a empresa terá 100% de plástico reciclado ou de origem renovável como packaging.(embalagens)	Não possui

Quadro 1: Relação entre as empresas de produtos de beleza que utilizam a economia circular em seu descarte de embalagens

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Para coletar os dados referente às percepções dos consumidores das maiores empresas de cosméticos atuantes no Brasil, foram selecionadas algumas marcas com base em sua atuação no mercado e o seu valor aquisitivo, visando alcançar respondentes de todas as classes sociais.

Com os resultados encontrados, identificou-se que Avon (52,4%), Boticário (54,9%), Natura (51,5%) e Ruby Rose (44,4%) são as marcas mais utilizadas pelos respondentes quando o assunto é maquiagem, ambas com valores opostos, sendo a Ruby Rose uma marca mais acessível que as demais. Marcas brasileiras como Tracta (28,6%), Quem disse, Berenice? (36,3%) e Vult (29,5%), foram mais selecionadas que marcas de grife, como a Lâncome e a Dior. Pode-se perceber o aumento de preferência por marcas nacionais, pela variante preço, visto que as marcas brasileiras possuem uma boa qualidade pelo preço ofertado.

As marcas de dermacosméticos mais escolhidas pelos consumidores. São elas: Nivea (57,60%), La Roche Posay (38,78%), Neutrogena (37,8%) e Avon (36,73%).

O resultado sobre cosméticos capilares afim de descobrir quais são as marcas preferidas pela visão do consumidor, demonstrou que as marcas mais escolhidas foram Pantene (42,2%), Seda (41,7%), Salon Line (35,5%) e L'Oréal (33,8%). Nenhuma das três mais votadas possuem algum método de descarte correto de descarte de embalagens ou instruções ao consumidor. Assim, é possível verificar que não possui relação entre o consumo e a preferência por marcas ecologicamente correta neste módulo do questionário.

A tabela 1 referente aos hábitos sustentáveis dos consumidores e suas frequências de respostas de acordo com o grau de concordância escolhido (sendo 1 para “discordo totalmente” e 5 “concordo totalmente”. Os percentuais apresentados na Tabela 1 são referentes à frequências de respostas obtidas para cada um dos graus de concordância:

	Após cada questão, assinale a opção que corresponde à sua resposta	GRAU DE CONCORDÂNCIA				
		1	2	3	4	5
8	Procuro saber se as embalagens podem ser recicladas pós consumo.	32%	17%	18%	13%	21%
9	Jogo a embalagem de cosmético fora somente quando ele acaba.	3%	4%	6%	8%	79%
10	Descarto os produtos sem geralmente pensar nos danos causados ao meio ambiente.	29%	16%	24%	14%	18%
11	Procuro saber se o produto desejado possui versão refil (embalagem que poderá ser preenchida novamente após a reutilização).	17%	10%	17%	15%	41%
12	Dou preferência a produtos com embalagens reutilizáveis ou refil.	15%	13%	21,5%	16%	34,5%
13	Mantenho guardado cosméticos que não pretendo mais usar.	27%	13%	16%	22%	22%
14	Sempre jogo o produto fora quando acaba a validade.	23%	17%	17%	13%	30%

15	Já retornei embalagens vazias para as empresas responsáveis para o descarte.	69%	8%	5%	6%	12%
16	Você compraria mais vezes de uma empresa se ela reciclasse suas embalagens.	2%	3%	14%	18%	63%

Tabela 1: Conscientização ambiental dos consumidores pós-consumo de cosméticos

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Sendo assim, é notável identificar que os hábitos sustentáveis dos consumidores existe mas a quantidade ainda é considerada baixa para diminuir os impactos ambientais, uma vez que o número de consumidores que conhecem o conceito de Economia Circular e Política Nacional de Resíduos Sólidos são inferiores a 20%, o que não anula o fato dos consumidores possuírem conhecimento de que com a melhora dos hábitos de descarte, evitariam os danos causados ao meio ambiente, conforme tabela 2:

	PERGUNTA	SIM	NÃO	TOTAL
19	Você já ouviu falar de descarte apropriado para cosméticos?	25%	75%	100%
		110	331	441
20	Você tem interesse de consumir produtos de empresas ambientalmente responsáveis?	98%	2%	100%
		434	7	441
21	Você pagaria mais caro por um produto sustentável?	65%	35%	100%
		285	156	441
22	Compraria mais de uma vez se a empresa reciclasse suas embalagens.	96%	4%	100%
		423	18	441
23	Compraria mais vezes de uma empresa se ela me oferecesse benefícios para isso.	98%	2%	100%
		433	8	441

Tabela 2: Preferências dos consumidores respondentes

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

	AFIRMATIVAS	GRAU DE CONCORDÂNCIA				
		1	2	3	4	5
24	Conheço o conceito de Economia Circular.	50%	10%	12%	9%	18%
25	Conheço a Política Nacional dos Resíduos Sólidos (Lei 12.305/10).	58%	10%	12%	6%	14%
26	Considero importante poder auxiliar a minimizar os impactos sociais.	1%	1%	4%	15%	81%
27	Considero importante evitar os danos que podem ser causados ao meio ambiente, por meio da adoção de uma política pública preventiva ambiental.	1%	1%	3%	11%	85%
28	Tenho conhecimento de que o Governo oferece retribuições a quem protege o meio ambiente.	44%	20%	16%	8%	12%
29	Acredito na importância do desenvolvimento sustentável.	0%	0%	3%	11%	87%
30	Conheço as consequências impostas aos causadores de danos ambientais.	17%	14%	23%	14%	33%
31	Reconheço que também possuo responsabilidade sobre o ciclo de vida do produto que utilizei.	1%	1%	7%	16%	75%
32	Eu acredito que ao escolher seus fornecedores, as empresas do segmentos de cosméticos preservam por fatores: éticos, econômicos, ambientais e legais.	7%	14%	25%	15%	39%

33	Reconheço que deveria descartar corretamente as embalagens de cosméticos para que possa virar um novo produto.	1%	1%	5%	12%	82%
----	--	----	----	----	-----	-----

Tabela 3: Conhecimento da Política Nacional de Resíduos Sólidos e a Economia Circular

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

5. Conclusão

Baseado na amostra estudada, é possível notar que os respondentes da pesquisa não possuem consciência ambiental e que este assunto deveria ser levado mais a sério pelas empresas de cosméticos e produtos de beleza, com o intuito de implementarem práticas de conscientização, uma vez que até clientes que realizam o descarte apropriado, na maioria das vezes, participam do processo de logística reversa e economia circular caso tenham algum benefício em particular, geralmente financeiro.

Dentre as opções de empresas apontadas em cosméticos de beleza, teve-se a Boticário como a mais consumida entre os respondentes. A empresa vem mostrando preocupações relacionadas ao descarte apropriado de produtos pós-consumo, uma vez que oferece políticas de trocas de embalagens de produtos usados por novos produtos aos seus clientes. Assim, ao analisar a existência e quais são as práticas ou ações adotadas por estas empresas para incentivar o descarte adequado das embalagens e incentivo ao consumo sustentável, foi possível notar que poucas empresas demonstram uma preocupação maior com os impactos ambientais de seus produtos pós-consumo. Portanto, ao analisar o último objetivo específico: “Identificar a percepção dos consumidores quanto aos benefícios da adoção de práticas mais sustentáveis e descarte de produtos” é possível notar que estes possuem essa preocupação ambiental, desde que não precisem pagar mais caro mediante um produto que acabe poluindo menos ou ganhe algum benefício com isso, de uma forma que acabe não gastando mais com isso.

Cerca de 94% dos respondentes confirmaram que priorizariam empresas que reciclassem suas embalagens, independente dos benefícios oferecidos aos consumidores. Apesar de ainda ser necessário melhorar a conscientização ambiental da população em um geral, grande parte dos respondentes mostrou-se interessado por empresas que se preocupem com a destinação das embalagens utilizadas.

Por fim, foi notado que há um desconhecimento por parte dos respondentes com os conceitos de Economia Circular e a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Desta forma, nota-se a importância de disseminar informações referente a conscientização dos consumidores, uma vez que é dever da população em conjunto efetuar um descarte apropriado, e o produtor auxiliar em demonstrar como poderá ocorrer um melhor descarte.

Referências

INSTITUTO AKATU. **Cai preocupação do brasileiro com a preservação ambiental**, 2011. Disponível em: < <https://www.akatu.org.br/noticia/cai-preocupacao-do-brasileiro-com-a-preservacao-ambiental/> Acesso em 23 de out de 2020.

AZEVEDO, J.L. **A Economia Circular aplicada no Brasil. Congresso Nacional de Excelência em Gestão**, 13 e 14 de agosto de 2015.

MAC. **Back to Mac.** Disponível em: https://www.maccosmetics.com/giving_back/back_to_mac.tmpl>. Acesso em 9 de dezembro de 2020.

BALLOU, Ronald H. **Logistics Network Design: Modeling and Informational Considerations**. The International Journal of Logistics Management, Vol. 6, No. 2 (1995) pp.: 39 – 54

BONVIU, Florin. **The European Economy: From a Linear to a Circular Economy**. Romanian Journal of European Affairs 14(4), 78-91, 2014.

BRASIL. **Lei 12.305, de 2 de agosto de 2010**. Dispõe sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12305.htm

ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução da Diretoria Colegiada – **RDC nº 211, 14 de julho de 2005**. Disponível em: <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2005/rdc0211_14_07_2005.html> . Acesso em 9 de dezembro de 2020.

CAPANEMA, Luciana Xavier de Lemos et al. **Panorama da indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos**. Biblioteca digital do BNDES. Rio de Janeiro, Brasil, 2007.

CARLETTO, Raquel. **O que é economia circular?** Confira 5 ações em produtos L’Oréal que promovem esse modelo sustentável. Disponível em: <https://www.loreal.com/pt-br/brazil/news/grupo/o-que-e-economia-circular-confira-5-acoes-em-produtos-loreal-que-promovem-esse-modelo-sustentavel-gr/#:~:text=Diferente%20do%20modelo%20linear%20de,%2Fou%20novas%20mat%C3%A9rias%2Dprimas>. Acesso em 9 de dezembro de 2020.

VGRESÍDUOS. **CINCO bons exemplos de logística reversa do setor de cosméticos**. Disponível em: < <https://www.vgresiduos.com.br/blog/cinco-bons-exemplos-de-logistica-reversa-do-setor-de-cosmeticos/>>. Acesso em 9 de dezembro de 2020.

L’ÓREAL. **Compromisso com o meio ambiente: L’Oréal Professionnel lança embalagem feita 100% com cana-de-açúcar para Série Expert**. Disponível em: <https://www.loreal.com/pt-br/brazil/news/grupo/compromisso-com-o-meio-ambiente-loreal-professionnel-lanca-embalagem-feita-100-com-canadeacucar-para/>. Acesso em 09 de dezembro de 2020

CONAMA. **Resolução CONAMA nº 1 de 23 de janeiro de 1986**. Dispõe sobre critérios básicos e diretrizes gerais para o Relatório de Impacto Ambiental – RIMA. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/legiano.cfm?codlegitipo=3>>. Acesso em 20 de setembro de 2020.

DE ÁVILA, Dione Ferreira. Logística reversa: um diferencial competitivo para as organizações. **Revista de Administração**, v. 11, n. 19, p. 65-82, 2013.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Towards the circular economy 1: economic and business rationale for an accelerated transition**. Cowes, Isle of Wight: Ellen MacArthur Foundation, 2012

GUARNIERI, P. **Logística Reversa da Unilever**. 2011. Disponível em: <<http://patriciaguarnieri.blogspot.com/2011/01/logistica-reversa-da-unilever.html#:~:text=A%20Unilever%20utiliza%20a%20pr%C3%A1tica,tenham%20um%20final%20ecologicamente%20correto.>> Acesso em 9 de dezembro de 2020.

KARASKI, T. U. et al. **Embalagens e sustentabilidade: desafios e orientações no contexto da economia circular**. Associação Brasileira de Embalagens. São Paulo, p. 9, 2016. Acesso em 23 de out de 2020.

LEITE. **Logística reversa: meio ambiente e competitividade**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

LACERDA, Leonardo. **Logística reversa: Uma visão sobre os conceitos básicos e as práticas operacionais**. Centro de Estudos em Logística–COPPEAD, 2002).

LIMA, K. D. V. **Efeito de variáveis sociais do cenário de consumo no comportamento e relato de descarte de lixo** – Brasília, 2008.

MOREIRA, Isabela Fernandes; GUARNIERI, Patricia. Preferência dos consumidores por empresas que implementam práticas de logística reversa como meio de fidelização: estudo na indústria de cosméticos brasileira. **Revista Gestão Industrial**, v. 12, n. 4, 2017.

NATURA. **Natura e The Body Shop lançam programa de logística reversa de embalagem**. Disponível em: <<https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/natura-e-the-body-shop-lancam-programa-de-logistica-reversa-de-embalagens>>. Acesso em 9 de dezembro 2020.

ROCHA, L. FERREIRA S. MÜLLER, S. **Uma análise do perfil do comportamento e do conhecimento de acadêmicos sobre descarte de embalagens cosméticas**. Santa Catarina, 2018.

SUAREZ, M. C.; CASOTTI, L. M.; CAMPOS, R. D.; BERTRAND, H. **Por que olhar para a lata de lixo?** Uma reflexão a partir do descarte de cosméticos. In: IV Encontro de Marketing da ANPAD, 2010.

TESTONI, Thais; GUARNIERI, Patricia, FILIPPI, A. C. G. Fidelização de clientes por meio da logística reversa: um estudo com consumidores de produtos de beleza. **Revista de Administração de Roraima**, v. 10, p. 1-28, 2020.

WEBER, Mariana. **Brasil é o quarto mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo**. Matéria da Forbes. 2020. Disponível: <<https://forbes.com.br/negocios/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>>. Acesso em 1 de dezembro de 2020.