

SABONETES NATURAIS: PESQUISA DE MERCADO PARA UM EMPREENHIMENTO SUSTENTÁVEL

*NATURAL SOAPS:
MARKET RESEARCH FOR A SUSTAINABLE ENTERPRISE*

Elaine N. Azevedo¹, Leandro S. Azevedo², Adriana S. Colombo³

¹Faculdade de Tecnologia Professor José Camargo – Fatec Jales, elaine.azevedo@fatec.sp.gov.br

²Faculdade de Tecnologia Professor José Camargo – Fatec Jales, leandro.azevedo@fatec.sp.gov.br

³Faculdade de Tecnologia Professor José Camargo – Fatec Jales, adriana.colombo@fatec.sp.gov.br

Recursos Naturais

Subárea: Agropecuária, Meio Ambiente, Processamento Agroindustrial

RESUMO

Essa pesquisa tem o intuito de demonstrar a viabilidade, interesse e conhecimento da população brasileira quanto ao uso de sabonetes naturais e artesanais. Baseado em uma pesquisa aplicada, é possível observar o perfil do público-alvo e quais componentes são mais atrativos para produção e comercialização do produto em questão. Foram apurados dados do perfil do potencial consumidor, tal como idade, escolaridade, valores estimados de maior aceitação, hábitos e onde é comercializado o produto. Mediante os resultados, os dados foram compilados, e a pesquisa demonstrou uma boa aceitação do produto por grande parte do público que participou da pesquisa. Os resultados revelam, ainda, a preocupação por parte das pessoas com a saúde, por ser um produto natural e, também com o meio ambiente, por ser um produto sustentável. Com os resultados apresentados, a viabilidade de mercado, principal estudo dessa pesquisa, demonstra o interesse de um produto com potencial de crescimento.

Palavras-chave: sabonete artesanal; sabonete sustentável; e-commerce de sabonete.

ABSTRACT

The aim of this paper is to demonstrate the feasibility, interest, and knowledge of the Brazilian population regarding the use of natural and handmade soaps. Based on applied research, it is possible to observe the profile of the target audience and which components are most attractive for the production and commercialization of the product in question. Data were collected on the profile of the potential consumer, such as age, education, estimated values of greater acceptance, habits and where the product is sold. Through the results, data were compiled, and the research showed a good acceptance of the product by a large number of the public that participated in the research. The results also reveal the concern on the part of people with health, as it is a natural product and also with the environment, as it is a sustainable product. The market viability, the main study of this research, demonstrates the interest of a product with growth potential, according to the presented results.

Keywords: handmade soap; sustainable soap; soap e-commerce.

1 INTRODUÇÃO

O uso de sabonetes naturais e ecologicamente corretos traz hábitos mais saudáveis para o ser humano e mais sustentável para o meio ambiente, por se tratar de um produto biodegradável, além de agregar vastos e ricos componentes do agronegócio.

Pressupõe-se que o sabonete natural tem um maior valor agregado em relação aos sabonetes convencionais graças às suas características já mencionadas. Isso faz com que o produto tenha um mercado diferenciado em potencial.

Nesse contexto, cabe destacar a grande importância da preservação ambiental e a crescente consciência das pessoas em relação às questões sustentáveis. Sabe-se que o ecossistema vem passando por grandes desafios e dificuldades para se manter em equilíbrio, considerando as agressões ambientais que a natureza lida, com o excesso e descuido causado pela manufatura, quando irresponsável. Sendo assim, para colaboração com a preservação ambiental, é necessário fomentar o uso de produtos ecologicamente corretos, que não agridam o meio ambiente e, principalmente, produtos mais seguros à saúde humana. Cabe destacar que muitos produtos industrializados podem trazer determinadas alergias e outras reações prejudiciais à saúde humana.

O sabonete 100% natural, além de não oferecer riscos para o meio ambiente e para a saúde humana, também pode trazer benefícios para determinados tratamentos cosméticos.

Por ser um produto tecnicamente mais valorizado, pode ser comercializado em lojas de produtos naturais, lojas especializadas e também via e-commerce. Tendo em vista o crescimento do e-commerce globalmente, e principalmente pós-pandemia, essa ferramenta foi identificada como indispensável, viabilizando a comercialização on-line de diversas mercadorias.

Com base no exposto, esse projeto visa desenvolver uma pesquisa de mercado e analisar o perfil do consumidor de sabonetes naturais produzidos artesanalmente.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A função do sabonete consiste em emulsionar e suspender pequenas partículas sólidas da pele, que, dessa forma, são eliminadas junto com a água, diminuindo o ressecamento da pele. A composição dos sabonetes podem ser incorporados a óleos vegetais ou minerais (HISTÓRIA..., 2022).

Não existem números que deem a real dimensão do mercado de cosméticos naturais, orgânicos, veganos e sustentáveis no Brasil, mas alguns estudos reforçam que esse mercado, apesar de ainda pouco expressivo, tem um potencial de crescimento surpreendente. Segundo relatório da Grand View Research, o mercado global orgânico de cuidados pessoais deverá atingir US\$ 25,11 bilhões até 2025 (MENDONÇA, 2018).

O crescente interesse dos consumidores por produtos naturais, orgânicos e éticos, para a Euromonitor, amplia o conceito de *green beauty*. Para definir o conceito, fabricantes e consumidores utilizam uma combinação de três abordagens: certificação, ingredientes e posicionamento ético, porém não há uma definição padronizada e globalmente aceita. “Pela falta de uma definição clara do que é *green beauty*, entender o ponto de vista dos consumidores sobre o assunto, quem são e o que eles querem deve ser prioridade para o desenvolvimento de estratégias bem-sucedidas” disse Ildiko Szalai, analista Sênior de Pesquisa da Euromonitor International (MENDONÇA, 2018).

2.1 A SABOARIA NATURAL

Assim como em toda a cosmetologia natural, trata-se de uma produção que não utiliza substância artificial na sua composição. Nos sabonetes naturais são encontradas uma base de glicerina vegetal e aditivos diversos, 100% naturais, como óleos essenciais e vegetais, manteigas, ceras e argilas.

Para a saponificação, que é o processo de fabricação do sabão, não existem restrições quanto à origem da matéria-prima que pode ser usada, ao contrário da saboaria vegana, que não permite o uso de materiais de origem animal como mel e leite, e da saboaria orgânica, que limita as matérias-primas de acordo com o tipo de produção agrícola (ACADEMIA BRASILEIRA DE TERAPIAS, 2021).

Tende a ser mais terapêutico por ter contato com componentes naturais, porém, não existem estudos que comprovem a eficácia, uma vez que o processo de saponificação pode anular as propriedades dos componentes naturais. Também, pode ser produzido de forma esfoliante.

2.2 SABONETE VEGANO

Nesse tipo de produto não há testes com animais ou matéria-prima de origem animal. Porém, não significa que seja necessariamente natural, pois pode conter aditivos sintéticos, parafina, derivados de petróleo e, óleos minerais (ACADEMIA BRASILEIRA DE TERAPIAS, 2021).

2.3 A SABOARIA ARTESANAL

São sabonetes produzidos de forma menos elaborada, permitindo alguns elementos artificiais, como essências e corantes.

De acordo com a Academia Brasileira de Terapias (2021), os sabonetes artesanais podem ser encontrados em diversos formatos e cores vibrantes. São uma alternativa para quem busca renda extra devido aos custos e tempo de produção baixos e o rendimento alto.

3 METODOLOGIA

3.1 SOBRE O PRODUTO PESQUISADO

O produto alvo dessa pesquisa é o sabonete de origem 100% natural, no qual o processo de saponificação pode ser realizado tanto no método frio (cold process), quanto no método quente (hot process).

Este processo permite produzir a barra de sabão desde o início, sendo possível escolher cada tipo de óleo ou gordura que estará presente no sabão, sem a inserção de aditivos químicos. Pode ser produzido de acordo com as necessidades cosméticas e terapêuticas de cada pessoa, além de ser personalizado em tamanhos e cores diferentes.

3.2 PESQUISA DE MERCADO

Inicialmente, a pesquisa foi constituída de um estudo de mercado para apresentar a viabilidade de comercialização de sabonetes naturais e artesanais. Nessa primeira etapa, foi realizada coleta de dados através de um questionário on-line e pesquisas da internet.

Os dados levantados foram obtidos no segundo semestre de 2022.

A abrangência do estudo foi com pessoas de diversos estados do Brasil, a partir de entrevistas baseadas em um roteiro de perguntas pré-elaborado (questionário). Neste trabalho, foram utilizadas perguntas fechadas ou dicotômicas, conforme definida pelos autores supracitados, que são aquelas questões que o informante escolhe sua resposta entre duas questões (sim ou não). Por fim, o uso de questões de múltipla escolha, que são questões fechadas, mas que permitem mais de uma resposta, abrangendo várias facetas do mesmo assunto.

Após as entrevistas, os dados recolhidos foram compilados no software Microsoft Excel for Windows e sistematizados em gráficos e tabelas.

Essa pesquisa utilizou dados primários, que foram colhidos através de aplicações de questionários diretamente aos potenciais consumidores.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2022) estima que a população brasileira seja em torno de 214 milhões de habitantes. Essa informação é importante, pois constitui, inicialmente, o potencial de mercado para a comercialização de sabonetes naturais via e-commerce.

Considerando um grau de confiança da amostra de 90% e 10% de margem de erro, estabeleceu-se a meta de aplicar 69 questionários para a pesquisa de mercado e, assim, analisar o perfil do potencial consumidor de sabonetes naturais produzidos artesanalmente. O cálculo para o tamanho da amostra da pesquisa foi baseado na seguinte fórmula (FONSECA; MARTINS, 1996):

$$\text{Tamanho da amostra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Onde:

N = tamanho da população

E = margem de erro

Z = escore z

A pesquisa foi realizada entre os meses de agosto e outubro de 2022 por meio de questionário eletrônico aplicado para brasileiros. A distribuição desses questionários foi via WhatsApp, de forma que buscou-se obter o máximo de respostas possíveis. Na sequência, foi realizado um filtro pelo Excel, excluindo aquelas pessoas que não apresentavam o perfil desejado para a pesquisa, ou seja, que não eram brasileiros ou não residiam no Brasil. Delimitou-se a população brasileira como amostra, pois a comercialização via internet permite levar o produto para todos os brasileiros.

O questionário continha questões relacionadas ao perfil das pessoas que podem consumir sabonetes e suas preferências.

As questões foram organizadas e tabuladas com uso do Microsoft Excel, que também gerou os gráficos, que foram analisados e discutidos.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A Tabela 1 apresenta as características da população entrevistada quanto a faixa etária e escolaridade.

Tabela 1 – Caracterização dos entrevistados

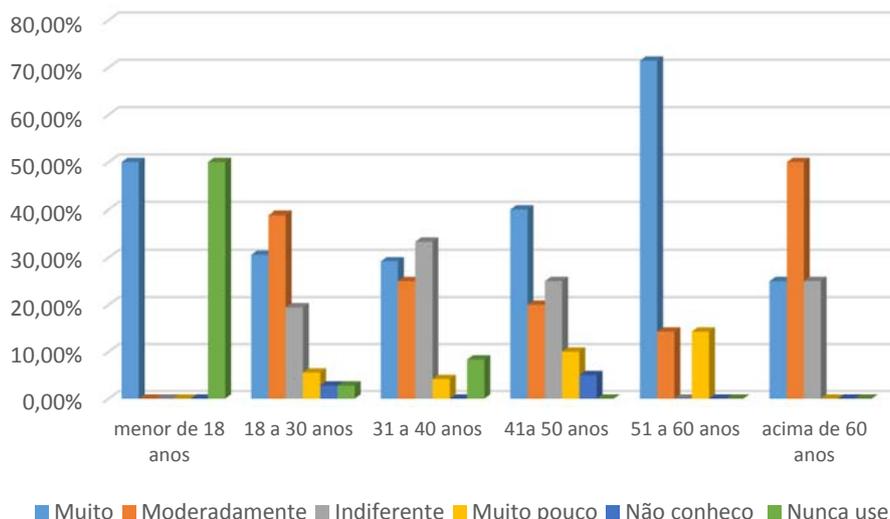
Faixa etária	
menor de 18 anos	1,61%
18 a 30 anos	29,03%
31 a 40 anos	38,71%
41 a 50 anos	16,13%
51 a 60 anos	11,29%
acima de 60 anos	3,23%
Escolaridade	
Fundamental incompleto	3,23%
Fundamental completo	2,42%
Médio incompleto	2,42%
Médio completo	21,77%
Superior incompleto	16,13%
Superior completo	30,65%
Pós-graduação	23,39%

Fonte: Elaborado pelos autores.

A maioria dos entrevistados correspondem a faixa etária de 31 a 40 anos de idade, equivalente a 38,71%. Também, a maioria dos entrevistados, 30,65% são de nível escolar superior completo.

Por meio das entrevistas, percebeu-se que a maioria dos entrevistados afirmam que gostam muito (36%) ou moderadamente (28%) de sabonetes naturais. São indiferentes 23,2% e outras respostas somam 12,8%. O Gráfico 1 apresenta uma análise mais profunda sobre essa informação.

Gráfico 1 – Preferência de sabonetes naturais em função da faixa etária dos entrevistados

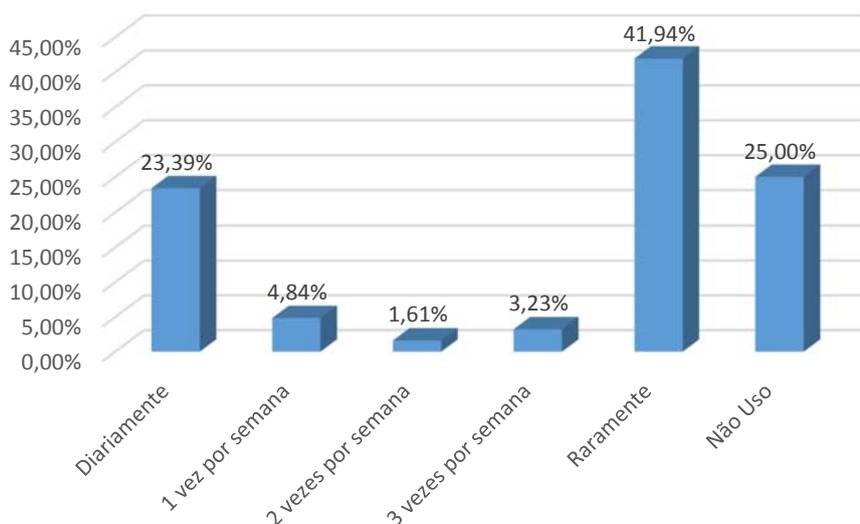


Fonte: Elaborado pelos autores.

Numa análise mais profunda, observou-se que a faixa etária de 51 a 60 anos apresentou maior aceitação em relação aos sabonetes naturais, 71,4% dessa população afirmando gostar muito desses produtos. Entre os mais jovens, metade afirmou gostar muito de sabonetes naturais, porém, a outra metade afirmou nunca ter usado. Essa informação está relacionada ao pequeno número de entrevistados dentro dessa faixa etária, conforme tabela 1, mas também sugere que é importante a divulgação dos sabonetes naturais e seus benefícios.

Apesar da maioria dos entrevistados (41,9%) raramente indicarem que usam o sabonete natural, pode-se considerar que uma boa porcentagem (23,3%) usam diariamente, visto que ainda é um produto pouco divulgado e pouco conhecido no mercado. Essa informação pode ser um indicativo de um possível mercado promissor. A informação quanto à frequência de uso de sabonete natural está no Gráfico 2.

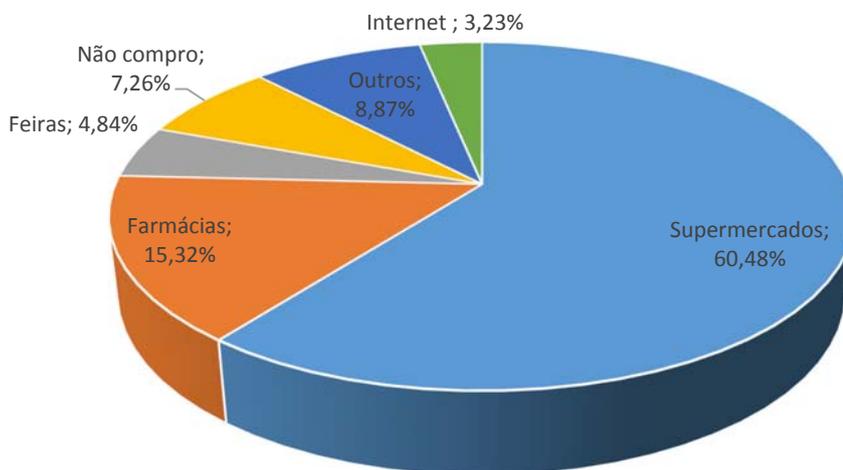
Gráfico 2 – Frequência do uso do sabonete natural



Fonte: Elaborado pelos autores.

Levando em consideração que as redes de supermercados se configuram como estabelecimentos de fácil acesso para os consumidores, seja devido à localização, horário de funcionamento ou variedade de produtos, subte-se que por tais razões, seja o estabelecimento mais procurado por consumidores na busca de sabonetes. Na pesquisa em questão, os consumidores afirmam comprar sabonetes prioritariamente nos supermercados, sendo representado por 60,4% dos pesquisados. Essa informação está apresentada no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Local onde compra sabonete



Fonte: Elaborado pelos autores.

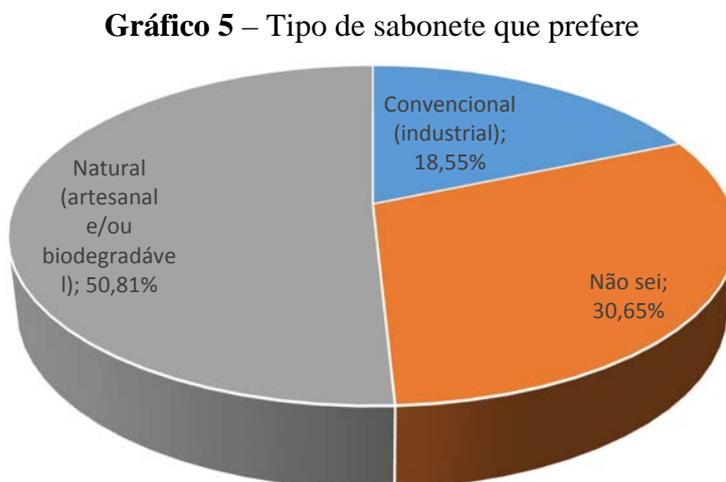
As farmácias também são locais onde sabonetes são usualmente comprados (15,3% dos pesquisados). A internet, por sua vez, só conquista consumidores que geralmente já conhecem os produtos, seja por já terem tido a experiência com cheiro ou pela textura do produto. Porém, o setor de *e-commerce* vem crescendo cada vez mais, com o uso de softwares que permitem que o consumidor tenha experiências diferenciadas.

Entre os tipos de sabonetes mais utilizados, como era de se esperar, destaca-se o industrializado, mais comumente encontrado nas farmácias e supermercados. Ele foi a indicação de 83,8% dos pesquisados, contra 16,1% do público que usa o sabonete natural (Gráfico 4).



Fonte: Elaborado pelos autores.

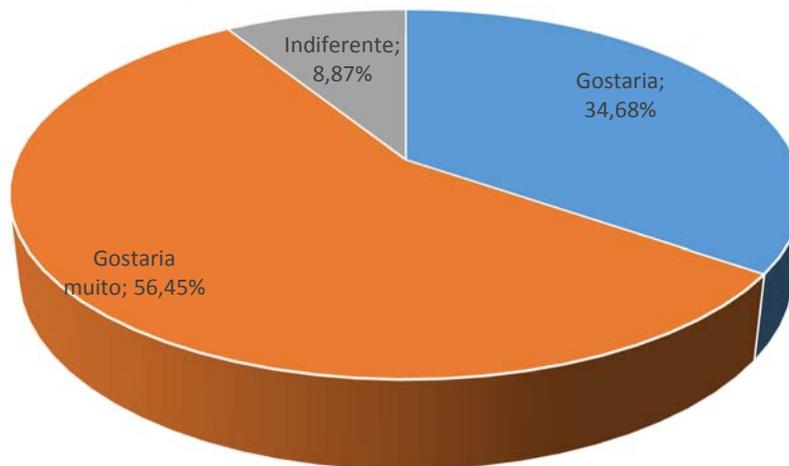
Mesmo sendo o sabonete industrializado o mais consumido, quando perguntados quanto à preferência, 50,8% dos entrevistados indicaram que preferiam o natural, conforme Gráfico 5.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Dessa forma, é evidente que a maior parte da população pesquisada utiliza o sabonete convencional, a maioria tem a consciência dos benefícios do sabonete natural. Por isso, é possível notar que o sabonete natural tem um maior índice de preferência, assim como é possível observar no Gráfico 6 que 91,1% “gostaria muito” ou “gostaria” de consumir o sabonete natural.

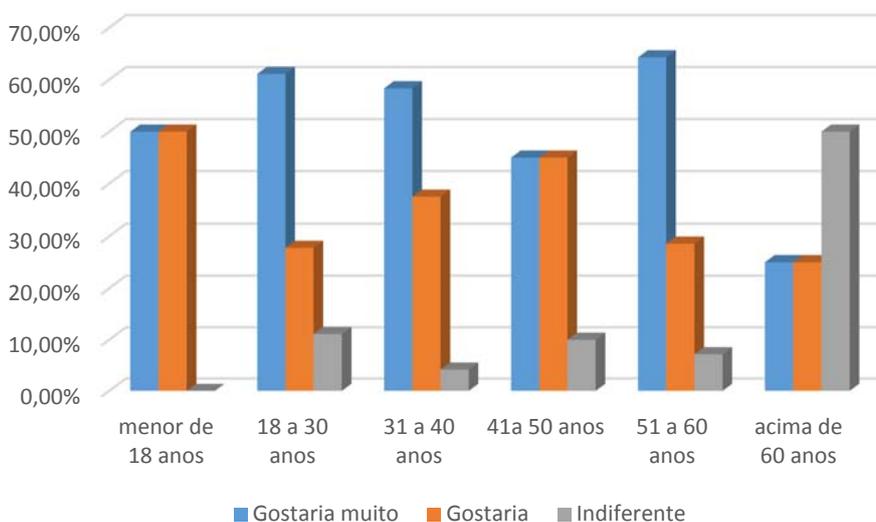
Gráfico 6 – Opinião em relação a consumir sabonetes naturais



Fonte: Elaborado pelos autores.

Quando a informação de intenção de consumo de sabonete natural é estratificada por faixa etária, o que se percebe, conforme Gráfico 7, é que a população com idade até 18 anos apresentou maior desejo por sabonetes naturais, indicando que “gostaria muito” ou “gostaria” de consumi-los. Já 50% da população acima de 60 anos indicou ser “indiferente” ao uso de sabonetes naturais.

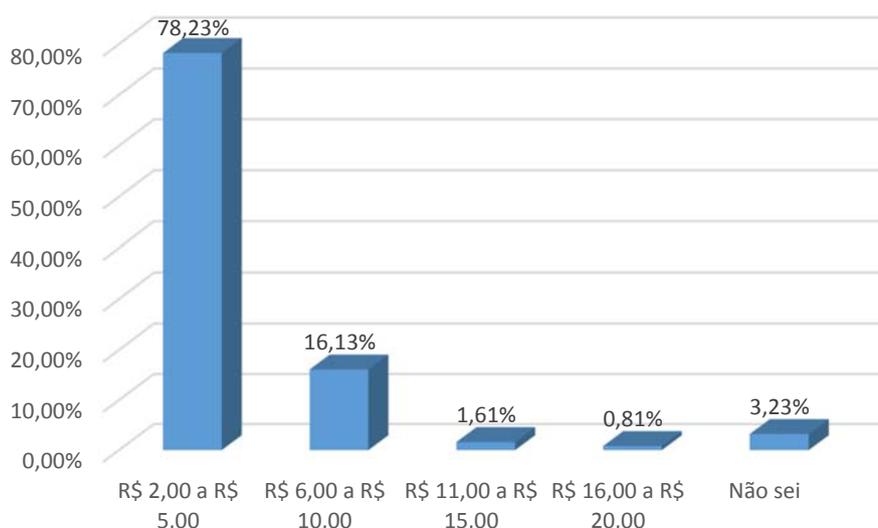
Gráfico 7 – Opinião em relação a consumir sabonetes naturais biodegradáveis em relação a faixa etária



Fonte: Elaborado pelos autores.

A pesquisa indica que o preço baixo é um requisito indispensável para os consumidores. Ele pode influenciar diretamente na decisão de compra do produto. Conforme Gráfico 8, R\$2,00 a R\$5,00 foram os preços mais indicados pelos entrevistados como pago individualmente por sabonetes convencionais (78,2%).

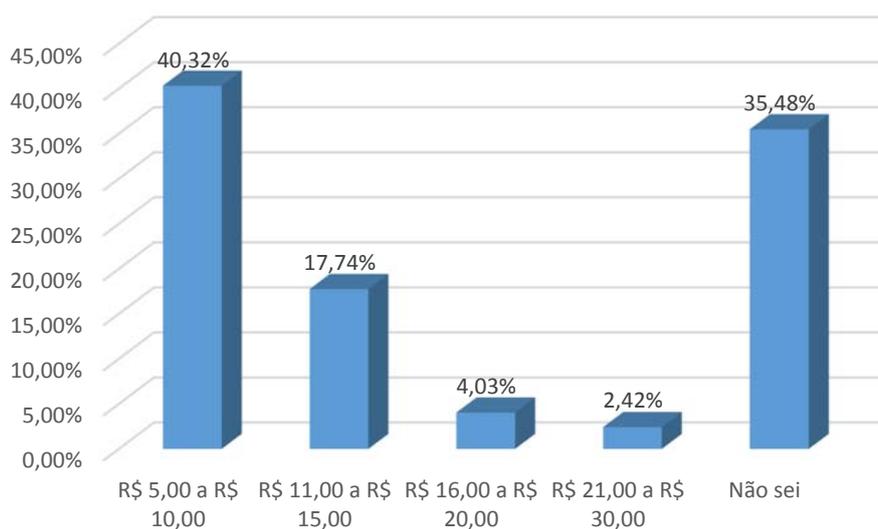
Gráfico 8 – Preço médio pago pelo produto convencional por unidade



Fonte: Elaborado pelos autores.

Por se tratar de um produto que contém insumos de maior qualidade, o preço de venda do sabonete natural tende a ser superior ao convencional. Esse preço pode ser amenizado quando se trabalha com produção em alta escala. Porém, se tratando de um produto natural e artesanal, que é feito manualmente e em pequena escala, confere ao consumidor a possibilidade de encomendar um produto de acordo com suas necessidades. Verifica-se que o preço médio pago por sabonetes naturais variou de R\$5,00 a R\$10,00 para 40,3% dos entrevistados e R\$11,00 a R\$15,00 para 17,7%. Cerca de 35,4% dos entrevistados não souberam opinar quanto ao preço do sabonete natural (Gráfico 9).

Gráfico 9 – Preço médio pago pelo produto natural\ artesanal por unidade



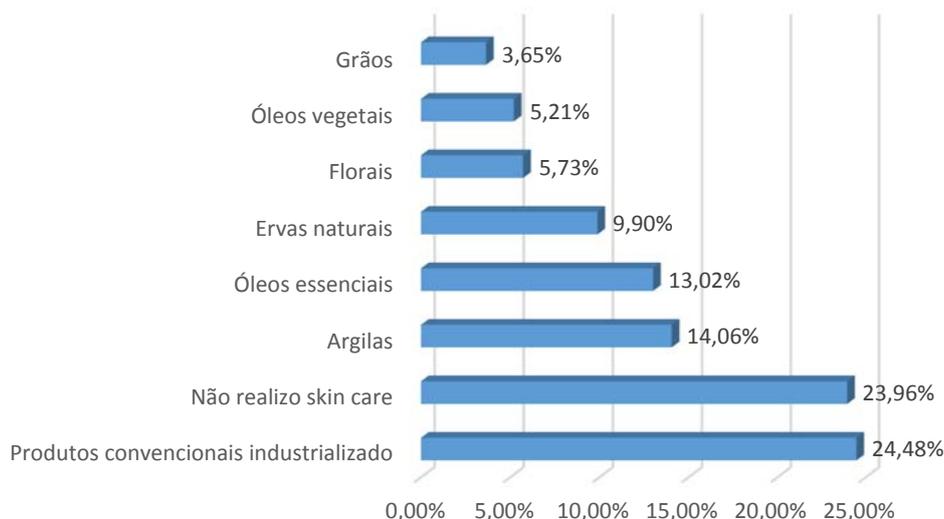
Fonte: Elaborado pelos autores.

Estudos mostram que apesar do uso de produtos naturais crescerem no Brasil, ainda não configuram uma prática comum e tão aceitável como em outros países. Junto com outros produtos, os sabonetes fazem parte da rotina de skin care, que confere cuidados com a pele. Quando questionados em relação aos ingredientes que usam, 24,4% dos entrevistados disseram

os produtos convencionais industrializados. Essa preferência pode estar relacionada ao fator tempo, pois geralmente o produto convencional promete uma ação de eficácia mais rápida e duradoura do que os produtos naturais, que por sua vez podem levar um pouco mais de tempo para mostrar resultados. Em contrapartida, não têm efeitos colaterais para saúde humana.

Outros 23,96% não fazem skin care. Isso significa que mais de 50% da população amostrada tem potencial de adquirir produtos, como argilas (14,0%), óleos essenciais (13,0%) ou ervas naturais (9,9%). Esses produtos podem ser acrescentados nos sabonetes naturais, conforme Gráfico 10.

Gráfico 10 – Ingredientes preferencialmente usados para rotina ou tratamentos skin care

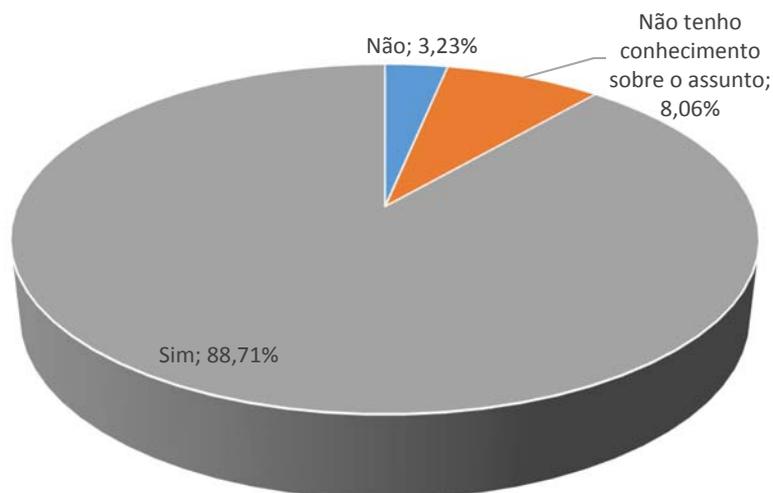


Fonte: Elaborado pelos autores.

A grande maioria dos entrevistados (88,7%) tem consciência quanto à importância da preservação para a saúde ambiental e humana, como pode ser observado nos Gráficos 11 e 12. Contudo, continuam com o uso de produtos convencionais, o que demonstra mais uma vez que o preço do produto e a indisponibilidade do produto natural no mercado são fatores críticos para o aumento no consumo de sabonetes naturais.

A pesquisa demonstra que as pessoas estão preocupadas com o descarte de produtos químicos e os danos que eles podem causar ao meio ambiente, conforme Gráfico 11.

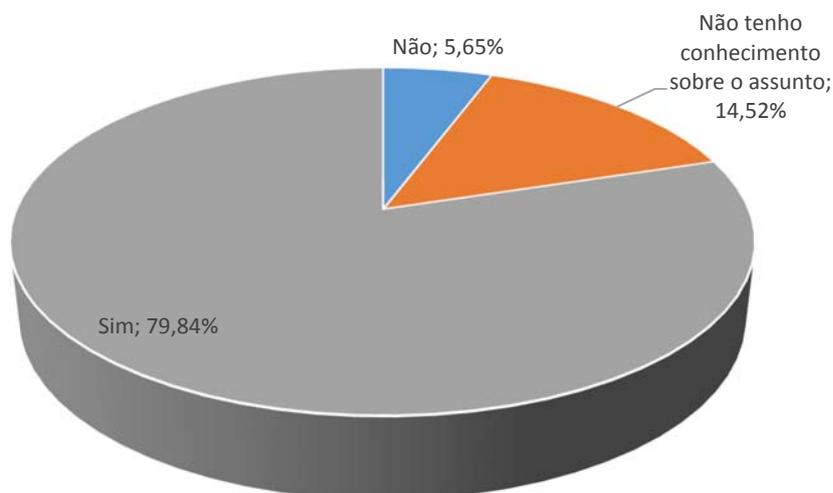
Gráfico 11 – Preocupa com o descarte correto de produtos químicos e os danos que podem causar ao meio ambiente



Fonte: Elaborado pelos autores.

O Gráfico 12 indica que as pessoas estão preocupadas com os riscos à saúde que podem ser causados devido ao consumo de produtos industrializados.

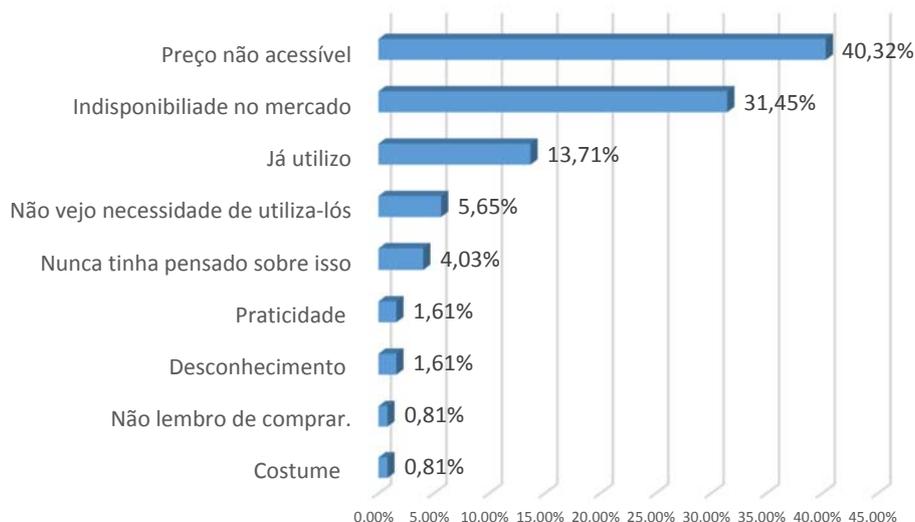
Gráfico 12 – Preocupa com os riscos à saúde que produtos convencionais (industrializados) podem causar



Fonte: Elaborado pelos autores.

Visto que as pessoas estão conscientes em termos ambientais e que desejam consumir mais produtos (sabonetes) naturais, abordou-se o motivo por elas não fazerem seu uso em sua rotina diária. Conforme Gráfico 13, o preço não acessível (40,3%) e a indisponibilidade do produto no mercado (31,4%) estão entre os principais motivos. A indisponibilidade do produto no mercado pode ser um indicativo de oportunidade de empreendimento no segmento de sabonetes naturais, ofertando o produto para consumidores que estão dispostos a pagar um pouco mais caro por produtos que possuem um valor agregado.

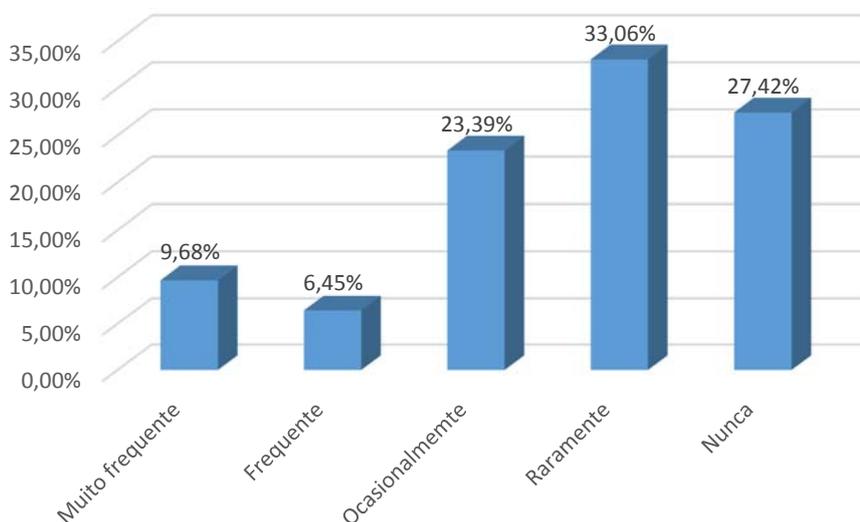
Gráfico 13 – Motivo de não utilizar produtos naturais para rotina diária



Fonte: Elaborado pelos autores.

A pesquisa demonstrou que há uma baixa frequência da compra de produtos de higiene pessoal através da internet, porém a prática de produtos naturais no Brasil vem sendo implantada aos poucos, e um dos veículos de comunicação mais utilizado é a própria internet e, conseqüentemente, a tendência de vendas on-line tende a crescer. Conforme Gráfico 14, 33,0% raramente compram produtos de higiene pessoal pela internet e 27,4% nunca compraram. No entanto, para 9,6% essas compras são muito frequentes e 6,4% frequentes.

Gráfico 14 – Costuma comprar produtos de higiene pessoal e beleza através da internet



Fonte: Elaborado pelos autores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa demonstrou que a população brasileira se preocupa com os requisitos da preservação ambiental, e saúde humana, porém, mesmo com esses fatores alarmantes, o uso de sabonete naturais ainda não é realizado de acordo com o interesse demonstrado, um dos fatores é a falta de conhecimento do produto, valores, ou disponibilidade no mercado.

Com o resultado da pesquisa, nota-se que é um mercado promissor, entretanto há necessidade de que faça uma divulgação maior através da internet e outros meios de comunicações. Conforme apontado na pesquisa, atualmente a venda e a procura desse produto é maior nos supermercados, porém, o nicho do e-commerce está em ascensão e pode ser explorado ainda mais, até mesmo pela comodidade que oferece aos consumidores de modo geral.

Para um plano de negócio mais abrangente, é recomendado uma pesquisa de custos dos ingredientes, equipamentos, insumos, espaço entre outros custos pertinentes para comercialização do produto, esse artigo apresenta apenas a pesquisa de viabilidade de mercado que demonstrou ter um grande potencial.

REFERÊNCIAS

ACADEMIA BRASILEIRA DE TERAPIAS. **Diferença entre saboaria natural e saboaria artesanal**. 2021. Disponível em: <https://academiadeterapias.com.br/blog/diferenca-entre-saboaria-natural-e-saboaria-artesanal>. Acesso em: 21 out. 2022.

FONSECA, J. S.; MARTINS, G. A. **Curso de estatística**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

HISTÓRIA do sabonete. Disponível em: <https://www.portalsaofrancisco.com.br/historia-geral/historia-do-sabonete>. Acesso em: 21 out. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Projeção da população do Brasil e das Unidades da Federação**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html>. Acesso em: 16 ago. 2022.

MENDONÇA, E. **Crescimento dos cosméticos naturais, orgânicos, veganos e éticos é tendência irreversível**. 2018. Disponível em: <https://cosmeticinnovation.com.br/crescimento-dos-cosmeticos-naturais-organicos-veganos-e-eticos-e-tendencia-irreversivel/>. Acesso em: 21 out. 2022.