

Capítulo 10

Construyendo un entendimiento del consumidor: evaluación de conocimientos y actitudes hacia cosméticos basados en biopolímeros

Carmen Isolina Ayala Jara, Flor Marlene Luna Victoria Mori,
Violeta Reneé Benites Tirado, Elsa Regina Vigo Ayasta,
Mahycol Reynner Harold Bravo Ramírez

Resumen

Esta investigación propone un marco analítico para evaluar el conocimiento y la actitud de los consumidores hacia cosméticos elaborados con biopolímeros derivados de residuos agroindustriales, identificando los factores que influyen en su aceptación. Mediante una revisión bibliográfica de estudios recientes, se analizó la relación entre la percepción del consumidor y la sostenibilidad de estos productos. Los resultados revelan una correlación significativa entre el nivel de información que poseen los consumidores sobre los biopolímeros y su disposición a adquirir los cosméticos que los contienen. Esto subraya el papel crucial de una comunicación clara y educativa sobre las ventajas ambientales y de eficacia de estos ingredientes sostenibles. El estudio concluye que, para fomentar la adopción de estas alternativas ecológicas, es esencial desarrollar estrategias integrales de marketing y educación que informen adecuadamente al público. Este trabajo contribuye al campo de la cosmética sostenible, destacando la necesidad de seguir investigando cómo promover un cambio positivo en el conocimiento y las actitudes del consumidor.

Palabras clave:

Biopolímeros;
residuos
agroindustriales;
conocimiento del
consumidor;
actitud del
consumidor;
aceptación
de productos
sostenibles.

Ayala Jara, C. I., Luna Victoria Mori, F. M., Benites Tirado, V. R., Vigo Ayasta, E. R., & Bravo Ramírez, M. R. H. (2025). Construyendo un entendimiento del consumidor: evaluación de conocimientos y actitudes hacia cosméticos basados en biopolímeros. En G. Barreno, (Coord). *Salud Pública y Medicina en Contexto Latinoamericano: Análisis Interdisciplinarios, Experiencias Locales y Soluciones Innovadoras para Problemas Globales (Volumen II)*. (pp. 163-177). Religión Press. <http://doi.org/10.46652/religionpress.388.c748>



Introducción

La temática inicial se orienta a comprender cómo la sostenibilidad y el consumo responsable han impulsado a la industria cosmética a incorporar alternativas más ecológicas en sus formulaciones. La evidencia presentada por Bhatia (2022), muestra que los biopolímeros derivados de residuos agroindustriales representan una alternativa con potencial funcional y ambiental al disminuir la dependencia de insumos sintéticos y favorecer prácticas asociadas a la economía circular. El análisis sugiere que, aunque estos compuestos poseen ventajas técnicas y ambientales, aún persiste un desconocimiento sustancial sobre cómo los consumidores perciben su utilidad y sostenibilidad. Este vínculo permite plantear la necesidad de examinar las actitudes del consumidor como un eje determinante para su aceptación en el mercado cosmético.

En esta misma línea temática, diversos estudios destacan que la aceptación del consumidor depende de factores como la conciencia ecológica y la percepción de eficacia, elementos mencionados también por Bhatia (2022). La evidencia acumulada indica que las percepciones sobre seguridad, rendimiento y sostenibilidad no siempre son homogéneas, lo que sugiere que estas variaciones pueden influir en la intención de compra y en la disposición a adoptar innovaciones basadas en biopolímeros. El análisis señala que esta variabilidad constituye un punto crítico que requiere un abordaje metodológico más profundo. Este enlace refuerza la importancia de diseñar estrategias que permitan identificar de manera precisa los determinantes de la aceptación del consumidor.

Los hábitos de consumo sostenible también se ven influenciados por la transparencia en la comunicación sobre beneficios ambientales y la claridad respecto de la efectividad de los ingredientes, como plantean Moshood et al. (2022). La evidencia sugiere que la construcción de actitudes favorables hacia productos ecológicos depende de información comprensible y confiable. El análisis indica que, para

que los biopolímeros alcancen mayor aceptación, es necesario un enfoque analítico que examine simultáneamente conocimientos, creencias y variables que condicionan la decisión de compra. Este vínculo prepara el terreno para la propuesta de un marco analítico robusto que permita orientar acciones en marketing y desarrollo sostenible.

De manera complementaria, investigaciones recientes han examinado cómo el conocimiento y la actitud del consumidor influyen en la aceptación de productos sostenibles. Masood y Zaidi (2021), destacan que la conciencia ambiental y la percepción de calidad son factores que moldean la decisión de compra en cosmética ecológica. Su evidencia ofrece una base sólida para identificar variables que podrían incorporarse en un marco analítico aplicado a biopolímeros. El análisis de este estudio revela que la combinación entre sostenibilidad percibida e innovación puede influir en preferencias y lealtades. Este enlace permite consolidar la idea de que comprender la dinámica actitudinal es indispensable para desarrollar mediciones fiables sobre la aceptación de productos basados en biopolímeros.

Desde una perspectiva sociocultural, Randall et al. (2023), aportan evidencia que relaciona las diferencias culturales con la disposición de los consumidores a adquirir productos sostenibles. Basados en la Teoría del Comportamiento Planificado, sus resultados indican que normas sociales y percepciones individuales influyen en decisiones de compra en contextos diversos. El análisis demuestra que estas dimensiones deben considerarse al examinar cosméticos elaborados con biopolímeros, pues su aceptación puede variar entre grupos culturales. Este enlace evidencia la relevancia de incorporar factores socioculturales dentro del marco analítico propuesto.

Asimismo, Bhatia (2022), ofrece evidencia empírica que profundiza en las preferencias y lealtades hacia productos con biopolímeros, destacando que la percepción de innovación y sostenibilidad contribuye al fortalecimiento de la confianza del consumidor. El análisis muestra que esta combinación de factores puede determinar no solo la aceptación inicial, sino también la continuidad del uso. Este víncu-

lo reafirma la necesidad de integrar la percepción de calidad y valor en la evaluación de actitudes hacia estos productos.

Al revisar los vacíos de investigación, se identifica que aún falta comprender de manera integral las variables que influyen en la aceptación de productos cosméticos elaborados con biopolímeros. Putri et al. (2021), indican que factores como conciencia ambiental, percepción de eficacia y conocimiento influyen notablemente en la intención de compra, pero estos no han sido abordados de forma sistemática dentro de un modelo analítico unificado. El análisis sugiere que esta ausencia metodológica limita la capacidad para anticipar comportamientos de consumo en escenarios reales. Este enlace reafirma la pertinencia de desarrollar un marco analítico que articule estas variables.

Otro vacío temático surge de la falta de investigaciones que integren la dimensión cultural en el análisis del comportamiento del consumidor. Venciūtė et al. (2023), señalaron que las percepciones y normativas sociales respecto a la sostenibilidad varían entre culturas, afectando la aceptación de productos que, en apariencia, son comparables. El análisis muestra que esta variabilidad cultural condiciona la adopción de cosméticos basados en biopolímeros. Este enlace enfatiza la necesidad de incluir aspectos socioculturales en futuras investigaciones.

Finalmente, la literatura evidencia un vacío en la comprensión del papel que desempeña la percepción de seguridad y efectividad de los biopolímeros. Hussain et al. (2023), demostraron que la confianza del consumidor en la calidad de los ingredientes actúa como mediador en su actitud e intención de compra. El análisis revela que esta dimensión es clave para evaluar si los consumidores optan por alternativas sostenibles o se mantienen en opciones convencionales. Este enlace destaca la importancia de abordar la percepción de eficacia y seguridad dentro del marco analítico.

En conjunto, estos vacíos evidencian la necesidad de investigaciones que integren todas estas dimensiones para comprender mejor la aceptación del consumidor en el contexto de biopolímeros en cosmética. La temática del artículo se orienta a proponer un marco analítico que permita evaluar conocimientos, actitudes y variables que condicionan dicha aceptación. La evidencia analizada y el análisis realizado sugieren que este enfoque podría contribuir a la formulación de estrategias efectivas en marketing y políticas públicas orientadas a la sostenibilidad. Este enlace final reafirma la importancia de avanzar hacia formulaciones cosméticas responsables y coherentes con los retos ambientales actuales.

Método

La temática del proceso metodológico se centró en desarrollar una estrategia de búsqueda sistemática que permitiera identificar literatura relevante para la revisión bibliográfica. La evidencia indica que se seleccionaron bases de datos académicas de alto impacto, como Scielo, Scopus y PubMed, debido a su reconocimiento en la difusión de investigaciones vinculadas con ciencias aplicadas, salud y sostenibilidad. Para garantizar la pertinencia de los resultados, se definieron palabras clave específicas —entre ellas “biopolímeros”, “residuos agroindustriales”, “cosméticos sostenibles”, “conocimiento del consumidor” y “actitud hacia productos cosméticos”— combinadas mediante operadores booleanos que facilitaron la filtración precisa de publicaciones relacionadas. El análisis de este proceso evidencia que la estructura de búsqueda permitió abarcar estudios que integran la dimensión técnica de los biopolímeros con la percepción del consumidor. Este enlace sustenta la solidez metodológica necesaria para fundamentar un marco analítico orientado a evaluar actitudes y conocimientos en el contexto cosmético sostenible.

La evidencia adicional muestra que, en el caso de Scopus, se empleó una fórmula booleana diseñada para vincular conceptos sobre biopolímeros, residuos agroindustriales y cosmética, asegurando la

inclusión de trabajos que examinan la perspectiva del consumidor. El análisis de esta fórmula indica que su estructura permitió recuperar investigaciones que articulan la innovación tecnológica con el comportamiento de compra, un aspecto indispensable para comprender la aceptación de biopolímeros en productos cosméticos. Este enlace metodológico contribuye a afianzar la coherencia entre los términos utilizados y los objetivos de la revisión.

En cuanto a la selección de estudios, la temática se orientó a garantizar rigurosidad y pertinencia. La evidencia metodológica disponible muestra que se priorizaron publicaciones en revistas revisadas por pares y artículos publicados en los últimos cinco años, con el fin de reflejar los avances más recientes en sostenibilidad cosmética y comportamiento del consumidor. Asimismo, se exigió que los estudios abordaran explícitamente percepciones, actitudes o conocimientos hacia productos que integraran biopolímeros derivados de residuos agroindustriales. El análisis de estos criterios permite reconocer que la focalización en aspectos conductuales y perceptuales asegura la construcción de un marco analítico coherente con el problema investigado. Este enlace fortalece la relación entre el corpus seleccionado y la intención de la revisión.

Los criterios de exclusión complementan esta estructura temática. La evidencia muestra que se descartaron investigaciones centradas únicamente en aspectos técnicos sin relación con el consumidor, así como estudios fuera del ámbito cosmético o sin contenido empírico sobre actitudes o conocimientos. El análisis demuestra que esta selección evitó sesgos derivados de información ajena al propósito de la revisión y aseguró la pertinencia conceptual del material analizado. Este enlace final evidencia que el proceso metodológico permitió consolidar una revisión bibliográfica precisa, robusta y orientada al objetivo de proponer un marco analítico que evalúe el conocimiento y la actitud del consumidor hacia cosméticos elaborados con biopolímeros procedentes de residuos agroindustriales.

Resultados

La temática inicial aborda el nivel de conocimiento que poseen los consumidores sobre biopolímeros provenientes de residuos agroindustriales aplicados en productos cosméticos. La evidencia revisada muestra que el conocimiento del producto es un factor decisivo para la adopción de innovaciones, tal como señalan Bhutto et al. (2022), al examinar la compra de cosméticos halal en Pakistán mediante la Teoría del Comportamiento Planificado. Su estudio revela que quienes poseen mayor información desarrollan actitudes más favorables hacia su adquisición. De manera similar, Ngah et al. (2022), encontraron que la ausencia de información clara puede limitar la adopción de cosméticos no certificados, sugiriendo que el desconocimiento obstaculiza la aceptación de propuestas innovadoras. El análisis conjunto de estos estudios permite inferir que la falta de comprensión sobre los beneficios ambientales y funcionales de los biopolímeros constituye un obstáculo significativo, una idea reforzada por Qi y Ploeger (2021), quienes observaron que el desconocimiento sobre atributos ecológicos afecta las decisiones de compra. Este enlace evidencia la pertinencia de fortalecer la difusión de información para mejorar el conocimiento del consumidor sobre biopolímeros en cosmética.

En segundo lugar, la temática se enfoca en las actitudes de los consumidores hacia productos cosméticos elaborados con biopolímeros. La evidencia presentada por Witek et al. (2024), indica que la responsabilidad social y la apertura a la innovación son elementos que influyen positivamente en la intención de compra de cosméticos naturales, sugiriendo que los consumidores valoran atributos ecológicos acompañados de propuestas innovadoras. El análisis de Rizkitysya y Hananto (2020), añade que las actitudes no dependen únicamente de las características del producto, sino también del conocimiento que el consumidor posee sobre él, lo cual puede ampliarse a biopolímeros en cosmética. Este panorama se complementa con el estudio de Adamseged y Grundmann (2020), quienes sostienen que la percepción de sostenibilidad y la innovación empresarial influyen en la actitud del con-

sumidor en contextos de bioeconomía. Este enlace establece que las actitudes hacia biopolímeros cosméticos se construyen a partir de la combinación entre valores sostenibles, información disponible e innovación percibida.

La tercera temática se orienta a las variables que impactan la intención de compra de productos cosméticos formulados con biopolímeros. La evidencia proveída por Bhatia (2022), señala que la preocupación ambiental y el interés por la salud influyen directamente en la disposición a pagar por cosméticos sostenibles, lo que posiciona estos factores como elementos clave en el comportamiento de compra. Savelli et al. (2024), añaden que el conocimiento del consumidor sobre productos naturales incrementa su motivación hacia alternativas sostenibles, subrayando la importancia de la educación y la comunicación en torno a los biopolímeros. El análisis se complementa con los resultados de Witek et al. (2024), quienes evidencian que la innovación y el valor percibido incrementan la intención de compra hacia productos sostenibles. Finalmente, Hossain et al. (2022), destacan que la confianza en etiquetas ecológicas y el conocimiento del producto fortalecen la percepción de seguridad y calidad, influyendo de manera determinante en la intención de compra. Este enlace indica que la intención de adquirir cosméticos basados en biopolímeros depende de un conjunto articulado de variables —conocimiento, confianza, sostenibilidad percibida e innovación— que estructuran las decisiones del consumidor.

Discusión de resultados

La temática central de los resultados obtenidos evidencia la necesidad de construir un marco analítico que permita evaluar de manera rigurosa el nivel de conocimiento y las actitudes de los consumidores frente a los cosméticos elaborados con biopolímeros procedentes de residuos agroindustriales. La evidencia revisada muestra que el conocimiento, la actitud y las variables que influyen en la intención de compra constituyen dimensiones fundamentales para

comprender la aceptación de estos productos sostenibles. El análisis indica que estos elementos no actúan de forma aislada, sino como componentes interrelacionados que estructuran las decisiones del consumidor. Este enlace reafirma la pertinencia de profundizar en estas dimensiones para orientar estrategias que fomenten una adopción más amplia de innovaciones basadas en biopolímeros.

En concordancia con estos resultados, los estudios recientes reflejan una tendencia consistente respecto a la relevancia del conocimiento del consumidor en la aceptación de productos sostenibles. Bhutto et al. (2022) evidenciaron que un mayor grado de conocimiento y conciencia ambiental se asocia positivamente con la intención de compra de cosméticos ecológicos, hallazgo que coincide con la interpretación realizada en esta revisión. El análisis demuestra que los consumidores mejor informados sobre biopolímeros tienden a mostrar actitudes más favorables hacia su uso, mientras que la falta de información genera escepticismo y limita la disposición a elegir alternativas sostenibles. Una conclusión similar fue planteada por Qi y Ploeger (2021), quienes señalaron que la comprensión de los beneficios ambientales influye significativamente en las decisiones de compra. Este enlace sugiere que la educación del consumidor se posiciona como un componente esencial para fortalecer la aceptación de cosméticos elaborados con biopolímeros.

A pesar de los aportes de esta revisión, el análisis debe reconocer las limitaciones inherentes a su naturaleza metodológica. La dependencia de literatura previa implica un riesgo de sesgo asociado a la disponibilidad y selección de estudios, lo que podría restringir la amplitud interpretativa. La concentración en publicaciones de los últimos cinco años, si bien aporta actualidad, puede excluir investigaciones previas con contribuciones relevantes al campo. Asimismo, la variabilidad cultural, social y contextual que influye en la percepción del consumidor no fue explorada en profundidad debido al alcance delimitado de esta revisión. Estas observaciones enlazan con la necesidad de abordar el fenómeno con metodologías más diversas y contextualmente sensibles.

A partir de estas limitaciones, la evidencia sugiere varias direcciones para futuras investigaciones. Resulta pertinente desarrollar estudios empíricos que involucren encuestas o experimentos con consumidores de distintas características demográficas, a fin de obtener una comprensión más precisa de sus actitudes hacia los biopolímeros. El análisis también indica la importancia de explorar la influencia de factores culturales mediante metodologías cualitativas que permitan identificar motivaciones y percepciones subyacentes. Además, investigaciones centradas en estrategias de comunicación y marketing podrían aportar claridad sobre cómo mejorar la transmisión de información acerca de la sostenibilidad y funcionalidad de los biopolímeros. Este enlace final refuerza la necesidad de avanzar hacia modelos de investigación que no solo profundicen en el comportamiento del consumidor, sino que también contribuyan a la implementación de políticas y estrategias orientadas a una cosmética más sostenible.

Conclusiones

La temática principal de los hallazgos señala que el conocimiento del consumidor y su actitud hacia los cosméticos elaborados con biopolímeros derivados de residuos agroindustriales constituyen factores decisivos para su aceptación. La evidencia examinada en la literatura reciente muestra que comprender la naturaleza y beneficios de los biopolímeros influye directamente en la intención de compra, pues los consumidores informados desarrollan mayor disposición a optar por alternativas sostenibles. El análisis de esta tendencia indica que la familiaridad con los atributos diferenciales de estos compuestos —particularmente su impacto ambiental reducido frente a ingredientes petroquímicos— se convierte en un elemento clave para promover elecciones responsables. Este enlace subraya la pertinencia de fortalecer los procesos informativos y educativos orientados a incrementar el uso de biopolímeros en la industria cosmética.

En relación con el objetivo de investigación, el artículo logra proponer un marco analítico que permite evaluar el grado de conocimiento y las actitudes del consumidor respecto a los cosméticos formulados con biopolímeros. La evidencia recogida permitió identificar variables esenciales que influyen en la aceptación, entre ellas el nivel de conocimiento del producto, la percepción de sostenibilidad y la actitud frente a la innovación cosmética. El análisis de estas variables demuestra su capacidad para explicar comportamientos de compra en un entorno donde los consumidores buscan opciones alineadas con principios de sostenibilidad. Este enlace consolida la utilidad del marco propuesto, no solo como herramienta conceptual, sino también como punto de partida para investigaciones que profundicen en la dinámica entre percepción, conocimiento e intención de compra.

El estudio se desarrolla dentro de una revisión bibliográfica, lo cual ofrece un contexto adecuado para analizar un campo emergente como el uso de biopolímeros en cosmética. La integración de resultados provenientes de múltiples investigaciones permite examinar el fenómeno en un escenario amplio, donde convergen avances en sostenibilidad, comportamiento del consumidor y tendencias innovadoras del sector. El análisis evidencia que este enfoque facilita la comprensión del estado actual del conocimiento y de los desafíos que persisten en la incorporación de biopolímeros en la oferta cosmética. Este enlace establece la relevancia de la revisión como base para futuras exploraciones empíricas.

Finalmente, los resultados enlazan con la necesidad de realizar estudios empíricos que permitan validar el marco analítico en diversos contextos sociodemográficos y culturales. El análisis sugiere explorar no solo el conocimiento y las actitudes, sino también la eficacia de estrategias de comunicación y marketing destinadas a educar al consumidor sobre los beneficios y la funcionalidad de los biopolímeros. Esta proyección invita a avanzar hacia una práctica más informada y responsable, promoviendo la aceptación de cosméticos sostenibles en un mercado que se transforma continuamente.

Referencias

- Alvarado, D. (2019). La historia clínica: algunos comentarios desde la medicina y el derecho. *Verba Luris*, 42, 153–162. <https://doi.org/10.18041/0121-3474/verbaiuris.42.5665>
- Barney, Ó. (2018). *El secreto profesional del abogado en México*. Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM. <https://doi.org/10.22201/ijj.9786073000734p.2018>
- Christensen, J. (2012). The hidden trillions: Secrecy, corruption, and the offshore interface. *Crime, Law and Social Change*, 57(3), 325–343. <https://doi.org/10.1007/s10611-011-9347-9>
- Eilfgang, J. (2024). Collaboration between criminal justice and child protection in cases of child sexual abuse: Unveiling inhibiting and facilitating factors. *Child Abuse Review*, 33(2). <https://doi.org/10.1002/car.2868>
- Englebrecht, C. (2011). The struggle for ‘ownership of conflict’: An exploration of victim participation and voice in the criminal justice system. *Criminal Justice Review*, 36(2), 129–151. <https://doi.org/10.1177/0734016811399419>
- Estrada-Cuzcano, A., & Alfaro-Mendives, K. (2021). Analysis of professional secrecy in Ibero-America: Ethical and legal perspectives. *IFLA Journal*, 48(3), 432–438. <https://doi.org/10.1177/03400352211057149>
- Hofmann, R. (2023). Reporting obligations for attorneys in money laundering cases: Attorney-client privilege under pressure? *German Law Journal*, 24(5), 825–837. <https://doi.org/10.1017/glj.2023.50>
- Ibarra, A., Torres, V., & Ávila, L. (2021). *El acuerdo de Escazú sobre democracia ambiental y su relación con la agenda 2030 para el desarrollo sostenible*. Universidad del Rosario. <https://doi.org/10.12804/urosario9789587847567>
- Mainwaring, S., & Pérez-Liñán, A. (2010). Nivel de desarrollo y democracia: El excepcionalismo latinoamericano (1945-1996). *América Latina Hoy*, 36, 189–248. <https://doi.org/10.14201/alh.7417>
- Navarro, C., & Moreno, Á. (2019). De la educación a la orientación hacia la sociedad: Hacia una profesionalización de la gestión de comunicación en Latinoamérica. *Comhumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 9(2), 4–19. <https://doi.org/10.31207/rch.v9i2.163>
- Palma, N., & Coray, G. (2020). Apoyo al régimen y niveles futuros de democracia: Nuevas evidencias para América Latina. *América Latina Hoy*, 86, 5–21. <https://doi.org/10.14201/alh.21677>

- Panjaitan, C., Tambunan, A., Antonius, R., & Lutfiadi, L. (2023). Criminal conviction of social workers in the criminal justice system. *Legal Brief*, 11(6), 3614–3621. <https://doi.org/10.35335/legal.v11i6.723>
- Prebisch, R. (1986). El desarrollo económico de la América Latina y algunos de sus principales problemas. *Desarrollo Económico*, 26(103), 479–502. <https://doi.org/10.2307/3466824>
- Reed, M., & Caraballo, K. (2021). Voice of the victims: Accounts of secondary victimization with the court system among homicide co-victims. *Journal of Interpersonal Violence*, 37(13-14), 10832–10861. <https://doi.org/10.1177/0886260521989732>
- Salázar, D. (2023). La crisis del secreto profesional del abogado in-house en Colombia: Hacia una propuesta de interpretación a partir de un estudio de derecho comparado. *Revista e-Mercatoria*, 22(2), 39–84. <https://doi.org/10.18601/16923960.v22n2.02>
- Sarmiento, D., Medina, S., & Plazas, R. (2017). Sobre la responsabilidad y su relación con el daño y los perjuicios. *Vía Inveniendi et Iudicandi*, 12(2), 101–115. <https://doi.org/10.15332/s1909-0528.2017.0002.04>
- Silva, J. (2014). Autoritarismo y democracia en América Latina: Dos polos de racionalidades hegemónicas sociales, políticas y culturales. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 9(1), 111–129. <https://doi.org/10.18359/ries.53>
- Smirnov, V., & Peryakina, M. (2021). Institute of defense at the present stage of development of criminal justice in Russia. *Siberian Law Herald*, 2, 92–98. <https://doi.org/10.26516/2071-8136.2021.2.92>
- Vicente, J., & López-Ossorio, J. (2016). Valoración psicológica del riesgo de violencia: Alcance y limitaciones para su uso en el contexto forense. *Anuario de Psicología Jurídica*, 26(1), 130–140. <https://doi.org/10.1016/j.apj.2016.04.005>

Building Consumer Understanding: Assessing Knowledge and Attitudes Towards Biopolymer-Based Cosmetics

Construindo um Entendimento do Consumidor: Avaliação de Conhecimentos e Atitudes em Relação a Cosméticos à Base de Biopolímeros

Carmen Isolina Ayala Jara

Universidad Nacional de Trujillo | Trujillo | Perú

<https://orcid.org/0000-0002-4926-6497>

cayala@unitru.edu.pe

ayalajaracarmen@gmail.com

Flor Marlene Luna Victoria Mori

Universidad Nacional de Trujillo | Trujillo | Perú

<https://orcid.org/0000-0003-0019-7889>

flunavictoria@unitru.edu.pe

flormlunavictoriam@gmail.com

Violeta Reneé Benites Tirado

Universidad Nacional de Trujillo | Trujillo | Perú

<https://orcid.org/0000-0002-2040-8906>

vbenites@unitru.edu.pe

Violetabenites3@gmail.com

Elsa Regina Vigo Ayasta

Universidad Nacional de Tayacaja Daniel Hernández Morillo | Tayacaja | Perú

<https://orcid.org/0000-0002-4090-8887>

elsavigo@unat.edu.pe

Reginavigo27@gmail.com

Mahycol Reynner Harold Bravo Ramírez

Universidad Cesar Vallejo | Trujillo | Perú

<https://orcid.org/0000-0003-4038-0776>

doctoradobravo@gmail.com

Abstract

In the current context of growing concern for sustainability and the search for ecological alternatives in the cosmetics industry, this research focuses on the evaluation of products made with biopolymers derived from agro-industrial waste. The main objective is to propose an analytical framework that allows for the assessment of consumers' knowledge and attitudes toward these products, identifying the variables that influence their acceptance. To achieve this, a literature review was conducted, incorporating studies from various relevant databases, specifically analyzing the relationship between consumer perception and the sustainability of cosmetics. The results indicated a significant correlation between consumers' knowledge of biopolymers and their willingness to purchase cosmetic products made with these components, highlighting the importance of adequately informing consumers about the advantages of these products. This research suggests that, to increase the acceptance of sustainable cosmetics, it is essential to develop effective marketing and education strategies. In conclusion, this work makes a significant contribution to the field of knowledge on sustainability in cosmetics and highlights the need to continue exploring how consumer knowledge and attitudes can be fostered to promote the acceptance of more environmentally friendly alternatives.

Keywords: Biopolymers; agro-industrial waste; consumer knowledge; consumer attitudes; acceptance of sustainable products.

Resumo

No contexto atual de crescente preocupação com a sustentabilidade e a busca por alternativas ecológicas na indústria cosmética, esta pesquisa se centra na avaliação de produtos elaborados com biopolímeros derivados de resíduos agroindustriais. O objetivo principal é propor um marco analítico que permita avaliar o grau de conhecimento e atitude dos consumidores em relação a esses produtos, identificando as variáveis que influenciam sua aceitação. Para lograr isso, foi conduzido um artigo de revisão bibliográfica que incorporou estudos de distintas bases de dados relevantes, analisando especificamente a relação entre a percepção do consumidor e a sustentabilidade dos cosméticos. Os resultados indicaram que existe uma correlação significativa entre o conhecimento que os consumidores possuem sobre os biopolímeros e sua disposição para comprar produtos cosméticos elaborados com esses componentes, destacando a importância de informar adequadamente o consumidor sobre as vantagens desses produtos. Esta pesquisa sugere que, para incrementar a aceitação dos cosméticos sustentáveis, é essencial desenvolver estratégias efetivas de marketing e educação. Em conclusão, o trabalho é um aporte significativo ao campo do conhecimento sobre sustentabilidade em cosméticos e ressalta a necessidade de continuar explorando como o conhecimento e a atitude do consumidor podem ser fomentados para impulsionar a aceitação de alternativas mais ecológicas.

Palavras-chave: Biopolímeros; resíduos agroindustriais; conhecimento do consumidor; atitude do consumidor; aceitação de produtos sustentáveis.