Percepção do consumidor sobre falhas em embalagens de cosméticos: um estudo de caso

Autor(res)

Cristina Carvalho Alves Lima
Maria Cristina Máximo Almeida
Fernanda Vieira Rocha
Gabrielle Ananias Barbosa
Rejane Dutra Wronowski
Alan Sotto Cassemiro
Pedro Henrique Mello Facchetti
Gleice Nogueira Da Silva
Thalia Simões Rodrigues
Tiago Moreira Dos Santos

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA DE SÃO PAULO

Introdução

O setor de cosméticos no Brasil é um dos mais relevantes do mundo, impulsionado pelo consumo e pela influência de blogueiras e influenciadoras digitais. Nesse cenário, a Boca Rosa Beauty, criada por Bianca Andrade, ganhou destaque com a base em stick, produto que recebeu elogios pela qualidade da fórmula, mas também críticas à sua embalagem. Problemas de design e usabilidade podem comprometer a experiência de consumo, mesmo quando o produto tem boa performance. Diante disso, este estudo de caso analisa a percepção das consumidoras sobre a embalagem da base, investigando impactos na confiança e expectativas de melhoria. Assim, busca-se compreender de que forma as falhas na embalagem impactam a experiência e a confiança das consumidoras.

Objetivo

Analisar a percepção das consumidoras sobre as falhas na embalagem da base em stick da Boca Rosa Beauty, verificando como esses problemas afetam a experiência de uso e a confiança na marca, além de apontar possibilidades de melhoria.

Material e Métodos

O estudo foi desenvolvido com abordagem exploratória, fundamentado na utilização de dados primários e secundários. No que se refere aos dados secundários, foram consideradas informações obtidas em sites, livros e artigos científicos. Quanto aos dados primários, realizaram-se entrevistas em profundidade com mulheres usuárias de maquiagem, com o objetivo de identificar suas percepções acerca da embalagem da base em stick. Adicionalmente, analisaram-se comentários e postagens disponibilizados em redes sociais e fóruns de beleza. A

análise concentrou-se em três dimensões principais: a qualidade percebida da fórmula, a usabilidade da embalagem e o impacto das falhas relatadas na confiança e na relação das consumidoras com a marca.

Resultados e Discussão

A embalagem, segundo Kotler e Keller (2016), constitui não apenas um elemento funcional de proteção do produto, mas também um fator estratégico de diferenciação e comunicação com o consumidor. Complementarmente, Solomon (2016) destaca que a percepção de valor está diretamente ligada à experiência de uso, de modo que falhas de usabilidade podem comprometer a confiança e a fidelização, ainda que a qualidade do produto seja reconhecida.

Nesse estudo, as entrevistas em profundidade com consumidoras revelaram boa ava-liação da fórmula da base, destacada pela textura e cobertura. No entanto, emergi-ram críticas recorrentes à embalagem, especialmente relacionadas à fragilidade do material e ao mecanismo de rotação, que apresentava travamentos ou desgaste pre-coce.

Esses problemas impactaram diretamente a experiência de uso, levando muitas consumidoras a relatar frustração e perda de confiança na marca, apesar da qualida-de percebida do produto. Algumas participantes indicaram a busca por reembolso ou substituição, reforçando que a embalagem é fator decisivo na percepção de valor em cosméticos.

A análise das postagens em redes sociais e fóruns de beleza corroborou os dados obtidos nas entrevistas, evidenciando que a insatisfação com a embalagem reduziu a fidelização e gerou comentários públicos de crítica. Assim, confirma-se que, no setor de cosméticos, a credibilidade da marca depende da combinação entre excelência na fórmula e inovação em design de embalagens, integrando atributos funcionais e simbólicos.

Conclusão

O estudo demonstrou que a embalagem exerce papel central na experiência de consumo de cosméticos. Embora a base em stick da Boca Rosa Beauty apresente fórmula de qualidade, as falhas relatadas na embalagem comprometem a percepção do produto e a confiança na marca. Conclui-se que a combinação entre excelência no produto e inovação em embalagens é fundamental para garantir satisfação, fidelização e credibilidade junto ao público.

Referências

Instagram. Postagens e comentários de consumidoras sobre Base Stick Boca Rosa Beauty. Disponível em: https://www.instagram.com. Acesso em: 30 set. 2025.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2016.

Reclame Aqui. Comentários e avaliações de consumidoras sobre Base Stick Boca Rosa Beauty. Disponível em: https://www.reclameaqui.com.br. Acesso em: 30 set. 2025.

SILVA, J. P. Consumo de cosméticos no Brasil e comportamento feminino. Revista de Administração e Negócios da Amazônia, v. 10, n. 4, p. 45-59, 2019.

SOLOMON, Michael R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.