

## COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR FEMININO DE SERVIÇOS DE BELEZA E ESTÉTICA NO CONTEXTO DA PANDEMIA DE COVID-19

**Jéssica Aparecida Silva Loiola** <sup>(1)\*</sup>; **Guilherme de Freitas Borges** <sup>(2)</sup>

(1) Pós-graduanda, Instituto Federal do Triângulo Mineiro, IFTM, Patrocínio, Minas Gerais, Brasil.

(2) Professor, Doutor, Instituto Federal do Triângulo Mineiro, IFTM, Patrocínio, Minas Gerais, Brasil.

\* Autor Correspondente: E-mail: [jessikinhaptc2014@gmail.com](mailto:jessikinhaptc2014@gmail.com)

[Link da apresentação](#)

[https://youtu.be/yTBQhTb\\_Nog](https://youtu.be/yTBQhTb_Nog)

A prestação de serviços com foco voltado à beleza e estética está ganhando um número maior de consumidores em todo o mundo, ao passo que a sociedade tem valorizado determinados padrões. O consumidor feminino é o que mais procura pelos serviços relacionados à moda, beleza e estética, resultando em maior rentabilidade a este segmento de mercado. A pandemia do coronavírus afetou vários setores, dentre eles estética e beleza. Houve o fechamento dos estabelecimentos por meio de decretos municipais, cancelamentos de eventos, ou mesmo a desistência de clientes por motivo de contaminação, o que agravou ainda mais o segmento. Este estudo tem como objetivo principal mensurar e analisar o perfil comportamental do consumidor feminino que procura por serviços estéticos, o qual a pandemia de Covid-19 pode ter influência sobre suas práticas, costumes e hábitos. O estudo é caracterizado como bibliográfico, descritivo, quanti-qualitativo realizado por meio de coleta de dados via questionário estruturado on-line, sendo as participantes mulheres maiores de 18 anos residentes em Patrocínio/MG e região. Ao final do período de 20 (vinte) dias de aplicação, foram considerados 280 respostas válidas. O questionário apresentou duas sessões: (1) dados socioeconômicos e de comportamento de consumo e (2) assertivas sobre as medidas de higienização e prevenção contra o Covid-19, avaliando o grau de importância por meio de escala tipo Likert. Os resultados foram discutidos com a literatura que discute o consumo (Assis, 2011), o comportamento do consumidor (BlackWell, Miniard, Engel, 2005) e o Ministério da Saúde para informações sobre o novo coronavírus. Foi possível verificar que houve alteração no comportamento do consumidor feminino no período anterior e no decorrer da pandemia, tais quais: diminuição no valor médio gasto por mês com serviços estéticos, alteração no tipo de serviço procurado e os critérios que influenciaram na escolha do estabelecimento comercial. Quanto às orientações preventivas e normas sanitárias foi possível perceber que a maioria das consumidoras considerou o ponto da escala Likert que manifesta a concordância com o grau mais elevado de relevância de cada medida a ser adotada ou exigida pelo estabelecimento escolhido. Assim, o objetivo proposto foi alcançado, em que foi possível analisar o perfil e os hábitos do consumidor feminino que busca por serviços estéticos no cenário anterior e no decorrer da pandemia. Foi demonstrado que o comportamento do consumidor feminino de serviços estéticos sofreu mudanças com início da pandemia, e, portanto, o estudo contribui para a tomada de decisão de empresários e gestores dos estabelecimentos desse segmento, indicando a necessidade de adequação a este novo cenário que trouxe muitos desafios, visto que as consumidoras alteraram seus hábitos, anseios e preocupações com este novo cenário. A pandemia pode afetar no poder de decisão destas consumidoras ao preferirem, por exemplo, buscar meios alternativos como se embelezarem em casa por conta própria ou outras formas menos perigosas quanto ao risco de contaminação. Deste modo, o estudo pretende contribuir com pesquisas sobre a temática considerando os poucos estudos nesta vertente, e para pesquisas futuras sugere-se ampliar o escopo e investigar o comportamento de consumo em outros segmentos durante a pandemia, como o ramo de vestuário, artesanato e cosméticos.

**Palavras-Chave:** consumo; serviços estéticos; coronavírus.