

# COMPORTAMENTO DE COMPRA SUSTENTÁVEL COM CONSUMIDORES VEGANOS

## VII Encontro de Programas de Educação Tutorial

Marcos Aurelio Oliveira Rodrigues, Daniel Barboza Guimaraes

As empresas vêm trabalhando em cativar emocionalmente os consumidores, não apenas com publicidade visual, mas também atribuindo maior valor aos princípios de seus consumidores. Entre esses princípios, destacam-se as questões ambientais, que vêm se tornando cada vez mais importantes e discutidas na sociedade, empresas e em pesquisas acadêmicas. À medida que a sociedade se torna cada vez mais focada nessas questões, as preocupações ambientais aumentam. Os consumidores, com isso, vêm adotando estilos de vida mais sustentáveis, à medida que consomem produtos e serviços que não prejudiquem o meio ambiente. Dentre esses estilos, seus princípios e valores estão muito alinhados com o movimento do veganismo, o qual vem apresentando uma trajetória crescente no mundo. O veganismo vem modificando hábitos de consumo de produtos - como alimentos, vestuário, cosméticos, e lazer - a partir de uma perspectiva ética e moral em reconhecimento do animal como um ser capaz de sentir sensações e sentimentos de forma consciente. Diante disso, o objetivo desta pesquisa é traçar um perfil do comportamento de compra ecológica frente a consumidores veganos. O que revisita os objetivos mais específicos: apresentar às empresas esse nicho de consumidores ecológicos e o que os motiva a adotar um comportamento de compra sustentável. A principal metodologia utilizada nesta pesquisa é a quantitativa, uma vez que serão trabalhados dados estruturados em estatística para uma determinada análise. A partir desse estudo, espera-se saber mais sobre a receptividade à comunicação ecológica e como ela impacta os consumidores veganos. Podendo explicar, ainda, o comportamento de compra ecológico entre estes consumidores e como estes podem ter consciência da importância de zelar pelo meio ambiente.

**Palavras-chave:** Comportamento de Compra. Sustentabilidade. Veganismo.