



IMPACTO AMBIENTAL DO EXCESSO DE EMBALAGENS DAS GRANDES MARCAS EM SEUS PRODUTOS

Guilherme Fernandes Esteves dos Santos, Maria Clara Alves Vieira, Mariana Souza Campos Boechat, Miguel Camargo Luciano

**Professora Orientadora: Marina Lima Reis
Professor Coorientador: Everton Samuel dos Santos Melo**

Palavras-chave: Sustentabilidade; Embalagens; Consumo; Meio ambiente.

Resumo

O consumo desenfreado de produtos com embalagens excessivas, em especial aquelas produzidas por grandes marcas, têm se mostrado um dos fatores mais preocupantes na crise ambiental contemporânea. Nas últimas décadas, o aumento do uso de plásticos e materiais de difícil decomposição intensificou a geração de resíduos sólidos, ampliando os impactos negativos ao meio ambiente. A pesquisa aqui apresentada buscou compreender a relação entre o excesso de embalagens, as estratégias de marketing que o sustentam e a percepção do consumidor diante da problemática, destacando o contraste entre a estética mercadológica e a responsabilidade socioambiental.

A justificativa para este estudo encontra respaldo nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 12, que trata de consumo e produção responsáveis, e 13, que aborda a ação contra a mudança climática. O foco nos ODS evidencia a necessidade de repensar padrões de consumo que comprometem recursos finitos e ampliam a emissão de gases de efeito estufa em todas as etapas da cadeia produtiva — da fabricação ao descarte das embalagens. O título escolhido, “Impacto ambiental do excesso de embalagens



das grandes marcas em seus produtos”, reflete a relevância do tema ao unir os aspectos de mercado, consumo e meio ambiente em um mesmo recorte analítico.

A metodologia adotada foi de caráter quantitativo e cruzado, combinando análise bibliográfica e aplicação de formulário online a diferentes públicos, incluindo estudantes do ensino fundamental II e médio, familiares e funcionários do Colégio Santa Maria Minas. O questionário, composto por perguntas fechadas, investigou hábitos de consumo, percepção sobre o excesso de embalagens e disposição em adotar práticas mais sustentáveis. Foram obtidas 28 respostas voluntárias entre junho e agosto de 2025, analisadas por meio de estatísticas descritivas.

A análise dos dados revelou que a maioria dos participantes reconhece a importância da redução de resíduos e demonstra preocupação com o destino das embalagens. Destacou-se a disposição em pagar mais caro por produtos ambientalmente responsáveis e a crítica ao uso exagerado de materiais para fins estéticos ou de “unboxing”. Entretanto, persistem dúvidas sobre a viabilidade econômica da substituição do plástico em larga escala, revelando um tensionamento entre a consciência ambiental e a percepção de custos. O estudo dialoga ainda com a literatura, como apontado por Caceres (2011), ao destacar a necessidade de políticas públicas mais eficazes e da participação ativa das empresas na redução de impactos ambientais.

Os resultados permitem concluir que, embora exista um avanço na consciência crítica dos consumidores, ainda há desafios significativos a serem superados. A mudança desse cenário depende tanto da inovação tecnológica, voltada à criação de alternativas sustentáveis às embalagens plásticas, quanto da transformação dos hábitos de consumo. O engajamento do público consumidor



em cobrar atitudes mais responsáveis das empresas é fundamental para ampliar práticas sustentáveis no mercado.

Em termos gerais, a pesquisa reforça a urgência de integrar responsabilidade ambiental às estratégias das grandes marcas, ao mesmo tempo em que convida os consumidores a adotarem escolhas mais conscientes. A produção de embalagens mais simples, reutilizáveis e recicláveis deve ser incentivada como parte de uma mudança estrutural necessária para enfrentar a crise ambiental global. Assim, o estudo contribui para ampliar o debate sobre consumo sustentável e fortalecer ações que visam mitigar os impactos ambientais do excesso de embalagens.

Referências

ABRE – Associação Brasileira de Embalagem. Dados do setor, 2022. Disponível em: <https://www.abre.org.br/dados-do-setor/2022-2/>. Acesso em: 29 jul. 2025.

ABRE – Associação Brasileira de Embalagem. Sustentabilidade: panorama econômico dificulta consumo sustentável na América Latina. Disponível em: <https://www.abre.org.br/sustentabilidade/kantar-panorama-economico-dificulta-consumo-sustentavel-na-america-latina/>. Acesso em: 29 jul. 2025.

CACERES CORTEZ, Ana Tereza. Embalagens: o que fazer com elas? Revista Geográfica de América Central, v. 2, p. 1–15, 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=451744820731>. Acesso em: 29 jul. 2025.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS 12 e 13. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 14 jun. 2025.

SACHS, Ignacy; STROH, Paula Yone (org.). Caminhos para o desenvolvimento sustentável. 2. ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SILVA, C. O.; SANTOS, G. M.; SILVA, L. N. A degradação ambiental causada pelo descarte inadequado das embalagens plásticas: estudo de caso. Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental, v. 13, n. 13, p. 2683–2689, 2013. DOI: 10.5902/223611708248. Acesso em: 20 jun. 2025.



VEIGA, José Eli da S. Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

VEIGA, José Eli da S. Meio ambiente & desenvolvimento. São Paulo: Senac, 2006.