

UNIVERSIDADE DE UBERABA
CURSO DE FARMÁCIA
FERNANDO GOMES BORGES

**AVALIAÇÃO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR FRENTE
AO CONSUMO DE DERMOCOSMÉTICOS EM ARAXÁ-MG**

Uberaba – MG

2018

FERNANDO GOMES BORGES

AVALIAÇÃO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR FRENTE AO
CONSUMO DE DERMOCOSMÉTICOS EM ARAXÁ-MG

Trabalho apresentado à Universidade de
Uberaba, como parte dos requisitos para
conclusão do curso de graduação em Farmácia.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Tatiana Ap. Pereira

Uberaba – MG

2018

Fernando Gomes Borges

**AVALIAÇÃO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR FRENTE
AO CONSUMO DE DERMOCOSMÉTICOS EM ARAXÁ-MG**

Trabalho apresentado à Universidade de Uberaba,
como parte dos requisitos para conclusão do curso
de graduação em Farmácia.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Tatiana Ap. Pereira.

Uberaba, MG _____ de _____ de 2018.

Orientadora

RESUMO

O Brasil representa o quarto maior mercado mundial de cosméticos do mundo e, neste cenário, o mercado de dermocosméticos encontra-se em crescente expansão. Assim, o objetivo do presente trabalho foi avaliar o conhecimento dos consumidores da cidade de Araxá-MG acerca dos produtos cosméticos e dermocosméticos além de avaliar o impacto das vendas desses produtos nas drogarias desta cidade. A pesquisa foi realizada por meio da aplicação de um questionário onde avaliou-se o conhecimento acerca do tema e os fatores relacionados a compra de cosméticos e dermocosméticos pelos participantes. Este questionário foi disponibilizado para os participantes de forma *on line*, pela plataforma do google (google forms). Pode-se verificar que grande parte dos consumidores não conheciam o termo dermocosmético antes de ler a definição no início do questionário. Grande parte dos consumidores adquiriram o dermocosmético por conta própria e essa aquisição ocorreu na drogaria. Tal fato evidencia a necessidade de haver no estabelecimento um profissional capacitado para orientar o consumidor em relação ao uso de dermocosméticos. Um levantamento trimestral de vendas de dermocosméticos mostrou a significativa contribuição da venda de dermocosméticos para o faturamento da drogaria. Para melhores resultados, é interessante que as drogarias realizem ações e campanhas nos locais de compra, além de estar cada vez mais próximas dos médicos e dermatologistas para que esses divulguem e indiquem seus produtos aos pacientes.

Palavras-chave: Cosméticos, Dermocosméticos, Consumidores, Farmacêuticos.

ABSTRACT

Brazil represents the world's fourth largest cosmetics market in the world and, in this scenario, the dermocosmetics market is growing. Thus, the objective of the present study was to evaluate the knowledge of the consumers of the city of Araxá-MG about cosmetic and dermocosmetic products and to evaluate the impact of sales of these products in drugstores in this city. The research was carried out through the application of a questionnaire where the knowledge about the subject and the factors related to the purchase of cosmetics and dermocosmetics by the participants were evaluated. This questionnaire was made available to participants online, through the google forms platform. It can be seen that most consumers did not know the term dermocosmetic before reading the definition at the beginning of the questionnaire. Large consumers stopped buying the dermocosmetic on their own and this acquisition took place at the drugstore. This fact evidences the need to have in the establishment a qualified professional to guide the consumer in relation to the use of dermocosmetics. A quarterly survey of sales of dermososmetics showed the significant contribution of the sale of dermocosmetics to the drugstore's billing. For better results, it is interesting that the drugstores carry out actions and campaigns at the places of purchase, in addition to being increasingly close to doctors and dermatologists so that they disclose and indicate their products to the patients.

Key words: Cosmetics, Dermocosmetics, Consumers, Pharmacists.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 Consumidores mundiais de HPPC e o panorama do Brasil no mundo de acordo com o consumo de cada classe de cosméticos.....	9
Gráfico 1: Conhecimento dos participantes acerca dos termos cosméticos e dermocosméticos.	16
Gráfico 2: Fatores que influenciam os consumidores na compra de cosméticos e dermocosméticos.	18
Gráfico 3: Motivações do consumidor na hora da compra de: A) cosméticos e B) dermocosméticos.	19
Gráfico 4: Aquisição de produtos A) cosméticos e B) dermocosméticos.	20
Gráfico 5: Local de compra do A) cosmético e B) dermocosmético em uso atualmente.	21
Gráfico 6: Tempo de tratamento com dermocosméticos.....	21
Gráfico 7: Eficácia do tratamento com A) cosméticos e B) dermocosméticos.	22
Gráfico 8: Valor pago pelos participantes na compra de produtos A) cosméticos e B) dermocosméticos.	23

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Partes do questionário.....	14
Tabela 2: Tabela com cosméticos e dermocosméticos disponíveis na drogaria:	15
Tabela 3: Tabela com a classificação de cada produto citado, classificando como cosmético e dermocosmético.....	17
Tabela 4: Venda de dermocosméticos na cidade de Araxá-MG no mês de agosto de 2018.	23
Tabela 5: Venda de dermocosméticos na cidade de Araxá-MG no mês de Setembro de 2018.	24
Tabela 6: Venda de dermocosméticos na cidade de Araxá-MG no mês de Outubro de 2018.	24

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	OBJETIVO	13
2.1	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
3	METODOLOGIA	14
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	15
5	CONCLUSÃO	25
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	26
	APÊNDICE	27

1. INTRODUÇÃO

Cosméticos são definidos pela Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), segundo o anexo I da RDC 211 de 2005 como:

Cosméticos, produtos de higiene e perfumes são preparações constituídas por substâncias naturais ou sintéticas, de uso externo nas diversas partes do corpo humano – pele, sistema capilar, unhas, lábios, órgão genitais externos, dentes, membranas mucosas da cavidade oral – com o objetivo principal de limpá-los, perfumá-los, alterar sua aparência e/ou corrigir odores corporais e/ou protegê-los e mantê-los em bom estado (Brasil, 2005).

O Brasil hoje representa o quarto maior mercado mundial de HPPC (produtos de higiene pessoal, perfumes e cosméticos) do mundo (Figura 1). A categoria cuidados com a pele apresentou, neste ano, um crescimento de 7,2 %. A procura maior foi por produtos antienvhecimento, com um crescimento de 8,9 % no mercado brasileiro (Euromonitor, 2017).



Figura 1 Consumidores mundiais de HPPC e o panorama do Brasil no mundo de acordo com o consumo de cada classe de cosméticos.

Fonte: Euromonitor, 2017.

Nos últimos anos, surgiram novos termos na cosmetologia, como cosméticos multifuncionais, cosméticos orgânicos, cosméticos sustentáveis, fitocosméticos, cosmeceuticos, dermocosméticos, entre outros.

Dermocosméticos podem ser definidos como produtos que atuam além da epiderme. Esses produtos possuem indicações específicas e são desenvolvidos a partir de estudos científicos e clínicos (Matos, 2015). São produtos de venda livre; no entanto, algumas substâncias podem ser absorvidas pela pele e podem, até mesmo, alcançar a circulação sistêmica. Por isso devem ser usados com orientação de um dermatologista ou um farmacêutico,

uma vez que são considerados cosméticos de grau de risco 2 pelos órgãos reguladores brasileiros (RESOLUÇÃO DA - RDC Nº 07, DE 10 DE FEVEREIRO DE 2015-).

Com uma alta concentração de ativos farmacológicos que agem nas camadas mais profundas da pele, os dermocosméticos tem nas farmácias e drogarias seus principais canais de venda (cosmeticosonline). As principais classes de dermocosméticos são:

- Higienizantes e normalizadores de pH (sabonetes líquidos, em gel, espuma, sabonete em barra, higienizantesfoliantes, etc),
- Ativos antioxidantes (ácido elágico, ácido ferúlico, coenzima Q10, chá verde, etc),
- Hidratantes,
- Microabrasivos (físicos, químicos e enzimáticos),
- Peptídicos,
- Retinóides,
- Tensoativos,
- Vitaminas,
- Controladores de oleosidade,
- Queratolíticos,
- Antissépticos, anti-inflamatórios, cicatrizantes e calmantes,
- Regeneradores dérmicos e renovadores epidérmicos (alfa-hidroxiácidos, AHAs, pantenol, papaína, centella asiática, retinol, etc),
- Tensores,
- Ação para gordura localizada,
- Ação para discromias.

A categoria de dermocosméticos é ainda pouco explorada no Brasil. Em novembro de 2016, o grupo Mintel divulgou o resultado de uma pesquisa sobre a atitude dos consumidores em relação aos dermocosméticos. A pesquisa foi realizada online pela Lightspeed/Mintel com 1.463 usuários da internet com 16 anos ou mais em julho de 2016. Deste total, 30% afirmaram nunca ter usado dermocosméticos, o que revela que esses consumidores ainda conhecem pouco sobre esses produtos e seus benefícios. Segundo o estudo, a categoria é ainda pouco explorada no Brasil. Lançamentos de produtos com benefícios como ‘anti-idade’ e ‘proteção solar’ ainda são insignificantes no mercado, comparado com outros países. Abaixo temos alguns dados da pesquisa:

- 34 % dos entrevistados afirmaram ter pele oleosa. Desses, 25% nunca usaram dermocosméticos. Entre os que usam, a procura é por benefícios como proteção solar (60%) e ação antiacne (62%),
- 44% disseram que dermocosméticos melhoram a saúde e aparência da pele ao mesmo tempo,
- Apenas 19% afirmaram que os dermocosméticos são mais eficazes que os cosméticos tradicionais, para resolver problemas da pele,
- 36% disseram que buscam nos dermocosméticos o benefício de correção de manchas
- 43% das mulheres com 45 anos ou mais comprariam dermocosméticos que tivessem como benefício ‘corretor de manchas/clareador’, 40% comprariam esse tipo de produto se fosse antinflacidez/firmador corporal e 50% se fosse ‘antirrugas’.

Para atrair os brasileiros, as marcas de dermocosméticos poderiam trabalhar uma comunicação mais voltada ao bem-estar emocional dos consumidores. É importante também que elas estejam sempre realizando ações e campanhas nos locais de compra, além de estarem cada vez mais próximas dos médicos e dermatologistas para que esses divulguem e indiquem seus produtos aos pacientes, conclui o estudo.

Uma vez que o termo dermocosméticos é relativamente novo, mais análises do comportamento consumidores acerca do real entendimento sobre o tema dermocosméticos, dos produtos dermocosméticos disponíveis para dispensação nas drogarias e dos profissionais que estão diretamente ligados a comercialização destes produtos são essenciais para melhor atender e orientar os pacientes em relação ao uso de produtos cosméticos e dermocosméticos.

Solomon (2002, p.24), “compreende que o comportamento do consumidor consiste no estudo dos processos decisórios envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou dispõem de produtos, ideias ou experiências para satisfazer necessidades e desejos.”

Diante do exposto, o objetivo deste trabalho foi identificar os produtos disponíveis nas drogarias e classificá-los como cosméticos e dermocosméticos, avaliar o conhecimento dos consumidores acerca dos produtos cosméticos e dermocosméticos bem como o conhecimento dos farmacêuticos e dermoconsultores sobre o tema a fim de prestarem uma correta orientação aos consumidores sobre dermocosméticos comercializados nas drogarias de Araxá-MG.

O interesse em desenvolver esta pesquisa surgiu a partir das observações e questionamentos diários dos consumidores a respeito das indicações, efeitos adversos e contraindicações do uso dos dermocosméticos.

Este trabalho visa contribuir de uma forma geral para que Farmacêuticos e dermoconsultores em Araxá conheçam os hábitos de consumo da população perante a grande variedade de dermocosméticos que existem no mercado, para que desta forma, estes profissionais possam suprir as necessidades e desejos dos consumidores, além de criar formas de atraí-los para esse mercado. Além disso, com um maior conhecimento sobre os hábitos de consumo e sobre o conhecimento da população sobre os dermocosméticos, os Farmacêuticos serão capazes de prestar orientações sobre o uso seguro e eficaz dessas formulações, atuando como motivadores do uso dos dermocosméticos.

2. OBJETIVO

O presente trabalho teve como objetivo explorar o conceito de cosméticos e dermocosméticos e avaliar o comportamento do consumidor em relação aos dermocosméticos.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir cosméticos e dermocosméticos bem como seus mecanismos de ação na pele, unha e cabelos;
- Identificar os produtos disponíveis nas drogarias e classificá-los como cosméticos e dermocosméticos;
- Avaliar o grau de conhecimento e a atitude do consumidor sobre o conceito de cosméticos e dermocosméticos através da aplicação de questionário elaborado pelo próprio autor (Apêndice A)

3. METODOLOGIA

Inicialmente explorou-se o conceito cosméticos e dermocosméticos através da realização de revisão bibliográfica observando todas as publicações disponíveis nas bases Medline e Lilacs com data anterior a junho de 2018. Para a localização, foram usados os seguintes descritores de assunto da Biblioteca Virtual em Saúde BVS/BIREME, em português, e seus congêneres em inglês: "cosméticos/cosmetics" e "dermocosméticos/dermocosmetics". Outra estratégia utilizada para identificar estudos foi estender a busca às referências bibliográficas dos artigos selecionados.

A segunda etapa da pesquisa consistiu em um estudo de campo para avaliar o comportamento dos consumidores por meio de questionamento/levantamento.

O questionário aplicado foi elaborado pelo próprio autor, baseado no trabalho desenvolvido por Anunciato, 2011 e considerou os fatores psicológicos, pessoais e culturais. O questionário constituiu-se de três partes, com observado na Tabela 1 (Apêndice A).

Tabela 1: Partes do questionário.

<i>Partes do questionário</i>	<i>Tipos de questões</i>	<i>Objetivos</i>
<i>Parte I - Caracterização da amostra</i>	Sexo, idade, grupo socioeconômico, nível educacional e profissão.	Contextualização das respostas
<i>Parte II – Questões para todos os entrevistados</i>	Conhecimento prévio do termo cosméticos e dermocosméticos, fonte das informações, relação cosméticos/dermocosméticos com aparência física, visão geral sobre cosméticos e dermocosméticos.	Conhecer os aspectos gerais sobre o uso de cosméticos e dermocosméticos
<i>Parte III – Questões para quem já utilizou cosméticos e dermocosméticos</i>	Onde os cosméticos e dermocosméticos estão disponíveis para compra? Tempo de utilização e resultados	Visão do uso dos cosméticos e dermocosméticos

Adaptado de Anunciato, 2011.

O questionário foi disponibilizado aos participantes através do formulário do googleno período de 01 de julho a 30 de setembro de 2018, de modo que os participantes acessavam a página e respondiam as questões. Os participantes foram selecionados de forma aleatória, sendo que foram enviados convites para responder ao questionário por meio de rede social do pesquisador, contatos de email, clientes da drogaria. A própria ferramenta do google reuniu a informação contida nas respostas e apresentou -as na forma de gráficos. Desta forma, a pesquisa contou com um total de 33 questionários respondidos. Os resultados foram analisados em uma planilha no Microsoft Excel® e expressos como média e desvio padrão.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. Identificação e classificação dos produtos disponíveis nas drogarias:

Tabela 2: Cosméticos e dermocosméticos disponíveis na drogaria:

<i>COSMÉTICOS</i>	<i>DERMOCOSMÉTICOS</i>
<i>SHAMPOO</i>	SHAMPOO ANTES CASPA
<i>CONDICIONADOR</i>	SHAMPOO ANTE QUEDA
<i>CREME DE PENTEAR</i>	REJUVENESCEDORES
<i>GEL FIXADOR</i>	SABONTES LIMPADORES
<i>HIDRATANTES</i>	CUIDADOS FACIAIS ESPECIFICOS
<i>TINTURA</i>	AUTOBRONZEADORES
<i>SABONETES</i>	PROTETOR SOLAR
<i>DESODORENATES</i>	FOTOPROTEÇÃO
<i>CREME DE BARBEAR</i>	HIDRATANTES ESPECIFICOS
<i>CREME DENTAL</i>	CLAREADOR
<i>ENXAGUANTE BUCAL</i>	CICATRIZANTE
<i>PROTETOR SOLAR</i>	ANTIACNE
<i>TALCO</i>	CREME OLHEIRAS
<i>TALCO DESODORANTE P/ PÉS</i>	NUTRICOSMÉTICOS
<i>ESMALTES</i>	CREME ANTISSINAIS

4.2.Avaliação do grau de conhecimento e a atitude do consumidor sobre o conceito de cosméticos e dermocosméticos.

Participaram da pesquisa 33 voluntários, sendo que destes, 54,5 % foram do sexo feminino e 45,5 % pertenciam ao sexo masculino. Os participantes apresentaram idade entre 22 e 49 anos, de modo que a média de idade foi de aproximadamente 33 anos. Os resultados obtidos referem-se ao período de coleta de 3 meses (01 de julho a 30 de setembro de 2018).

A maior parte dos participantes possuem como escolaridade superior completo (36,4 %) seguido de superior incompleto (21,2%), médio completo (18,2%) e pós graduação completa 918,2 %).

Grande parte dos participantes relataram ganhar de 4 a 10 salários mínimos (34,4%) e de 2 a 4 salários mínimos (31,3%). 28,1 % dos participantes relataram ganhar até 2 salários mínimos.

Os participantes foram questionados sobre o conhecimento dos termos cosméticos e dermocosméticos. 42,4 % dos participantes relataram não conhecer os termos antes de ler a definição no início do questionário (Gráfico 1).

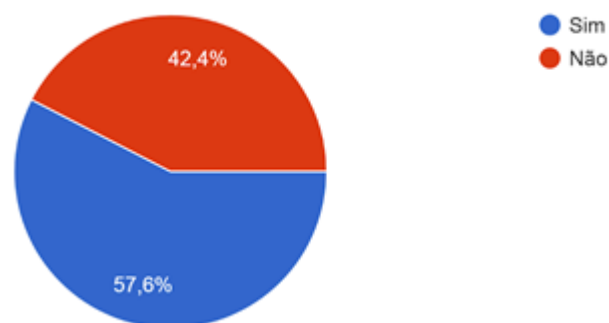


Gráfico 1: Conhecimento dos participantes acerca dos termos cosméticos e dermocosméticos.

Quando questionados sobre a utilização de produtos cosméticos, apenas 3 % dos participantes relataram nunca ter usado um produto cosmético.

Quando questionados sobre o conhecimento sobre dermocosméticos, 15,7% dos participantes nunca ouviram falar em dermocosméticos. Quando questionados sobre o uso de dermocosméticos, após ler a definição no início do questionário de cosméticos e dermocosméticos, 3% afirmaram não saber se já utilizaram tais produtos e 24,2% nunca utilizaram um produto dermocosmético. Assim, para os dados relatados abaixo, serão considerados apenas os participantes que relataram conhecimento e uso de dermocosméticos.

Quando questionados sobre os produtos cosméticos utilizados, os participantes responderam: maquiagem, condicionador capilar, desodorante, xampu, sabonete e cremes hidratantes.

Quando questionados sobre os produtos dermocosméticos utilizados, 9% dos participantes relataram não saber e 6% relataram não usar dermocosméticos. Os demais relataram usar: A-oxitive, antisinais, Episol color, Eflaclar, filtro solar, esfoliante, sabonete facial, La Roche, loção corporal, Rexona Clinical antitranspirante, pó compacto, pomada cicatrizante, hidratante facial, sabonete antiacne, xampu. A análise desses produtos apresenta-se abaixo, na Tabela 3:

Tabela 3: Classificação de cada produto citado pelos participantes da pesquisa como cosmético ou dermocosmético.

<i>PRODUTOS CITADOS</i>	<i>CLASSIFICAÇÃO</i>
<i>A-OXITIVE</i>	DERMOCOSMÉTICO
<i>EPISOL COLOR</i>	DERMOCOSMÉTICO
<i>EFLACLAR</i>	DERMOCOSMÉTICO
<i>REXONA CLINICAL ANTITRANSPIRANTE</i>	COSMÉTICO
<i>PÓ COMPACTO</i>	COSMÉTICO
<i>EFFACLAR DUO (+) FPS30 DE LA ROCHE-POSAY</i>	DERMOCOSMÉTICO
<i>NEUTROGENA OIL-FREE GEL CREME HIDRATANTE FPS 15</i>	DERMOCOSMÉTICO
<i>EFFACLAR CONCENTRADO DE LA ROCHE POSAY</i>	DERMOCOSMÉTICO
<i>XAMPU</i>	COSMÉTICO
<i>SABONETE</i>	COSMETICO

Quando questionados sobre o fator que mais influencia na hora da compra de produtos cosméticos e dermocosméticos, 28% dos participantes que relataram já ter usado dermocosméticos responderam ser influenciados pela qualidade do produto, seguido por uma pesquisa prévia sobre o produto (22,6 %) (Gráfico 2). Somente 9,4 % são influenciados pelo preço e 9,4 % comprar produtos cosméticos por indicação de conhecidos, o que demonstra um mercado consumidor cada vez exigente quanto aos produtos cosméticos e dermocosméticos.

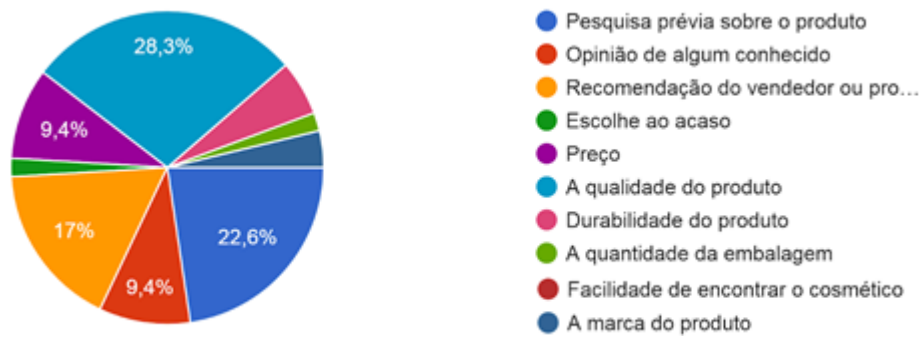
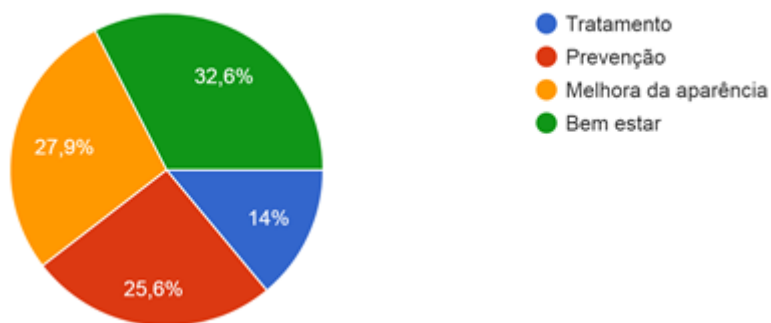


Gráfico 2: Fatores que influenciam os consumidores na compra de cosméticos e dermocosméticos.

Quando questionados sobre a motivação da compra de produtos cosméticos e dermocosméticos, 36,2 % dos participantes usam cosméticos para o bem estar, 27,9 % para melhora na aparência e 25,6 % para prevenção. Já no caso dos dermocosméticos, 38,6 % dos participantes relataram fazer o uso desses produtos para tratamento, 25% para melhora na aparência e 22,7% para prevenção de alterações na pele, unha e cabelos. Apenas 13,6 % dos participantes usam dermocosméticos apenas para o bem estar (Gráfico 3).

A)



B)

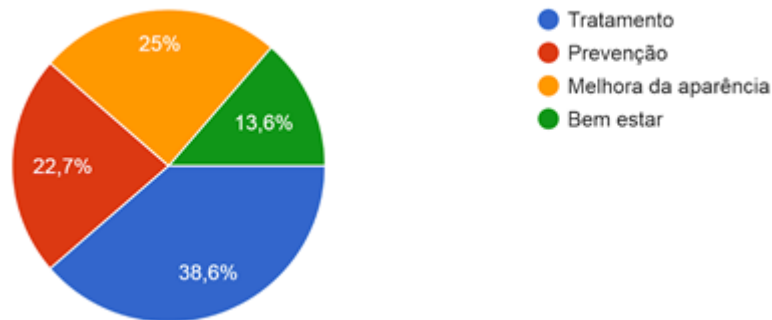
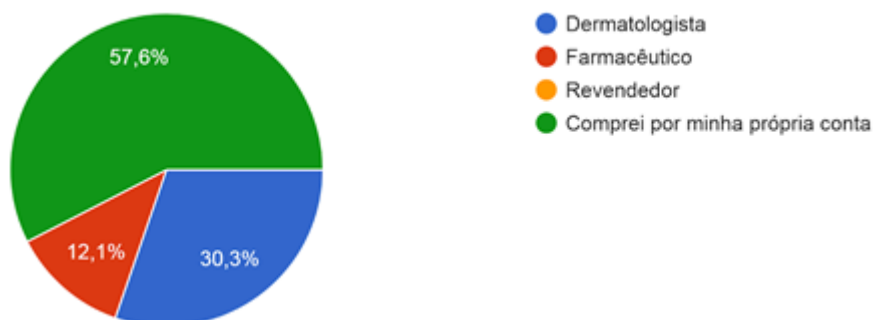


Gráfico 3: Motivações do consumidor na hora da compra de: A) cosméticos e B) dermocosméticos.

Os cosméticos utilizados pelos participantes foram, em sua grande maioria, adquiridos por conta própria (57,6 %). Apenas 30,3 % foram adquiridos por prescrição de dermatologista e 12,1 % por prescrição do farmacêutico. Em relação aos dermocosméticos, 58,6% das aquisições ocorreram por prescrição do dermatologista, 24,1 % dos produtos foram adquiridos por conta própria e 13,8 % por prescrição do farmacêutico (Gráfico 4).

Não é necessário ter receita médica para comprar um cosmético ou um dermocosméticos, mas a maioria das vendas dos dermocosméticos são inicialmente geradas por recomendação médica ou de um Dermatologista. Ambos são considerados de venda livre.

A)



B)

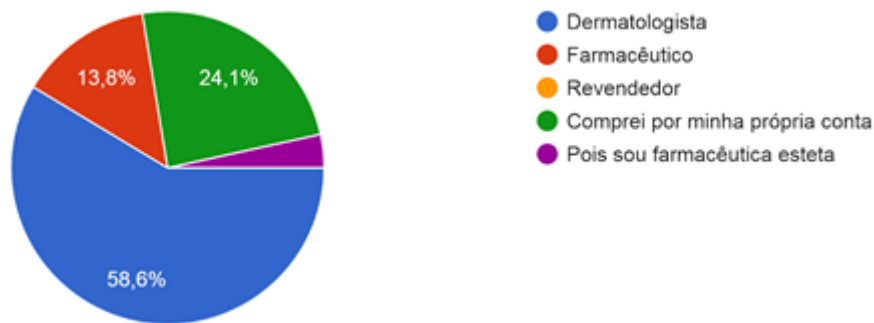
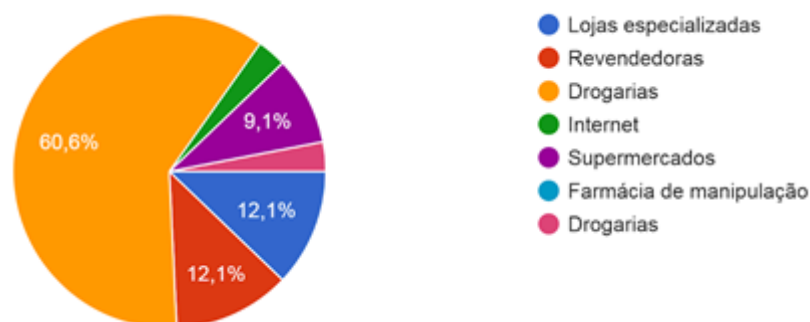


Gráfico 4: Aquisição de produtos A) cosméticos e B) dermocosméticos.

Em relação a fidelidade dos consumidores as marcas cosméticas e dermocosméticas, 63,6 % dos participantes relataram comprar cosméticos de marcas variadas, enquanto 53,3 % dos participantes relataram comprar dermocosméticos de marcas variadas. Desta forma, os participantes mostraram-se pouco fiéis as marcas, apresentando um alto gosto por variar o fabricante.

Quando questionados sobre o local de compra do cosmético utilizado atualmente, 60,6 % dos participantes relataram ter comprado o cosmético na drogaria. A aquisição de dermocosméticos na drogaria foi ainda mais expressiva uma vez que 86,2 % dos participantes adquiriram o dermocosmético em uso na drogaria (Gráfico 5). Este resultado mostra a necessidade de farmacêuticos cada vez mais atualizados sobre o tema de modo a atender a grande demanda de dermocosméticos na drogaria.

A)



B)

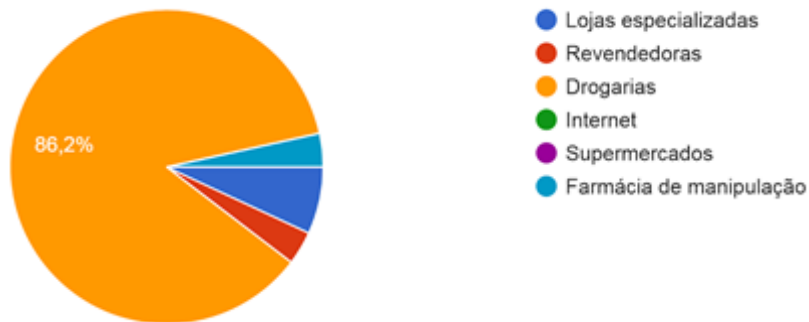


Gráfico 5: Local de compra do A) cosmético e B) dermocosmético em uso atualmente.

O tempo de tratamento dos participantes com dermocosméticos variou entre 1 mês e mais de um ano (Gráfico 6).

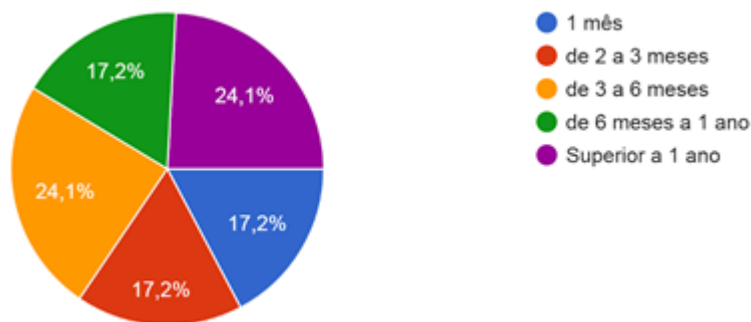
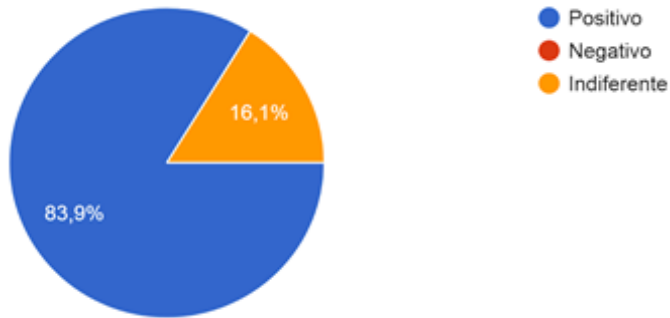


Gráfico 6: Tempo de tratamento com dermocosméticos.

Em relação ao efeito observado, 83,9 % dos entrevistados relataram efeito positivo com o uso do cosmético. Apenas 16,1 % relataram indiferença ao uso do produto. Em relação ao uso do dermocosmético, 78,6 % relataram efeito positivo e 21,4 % relataram indiferença no efeito do dermocosmético (Gráfico 7).

A)



B)

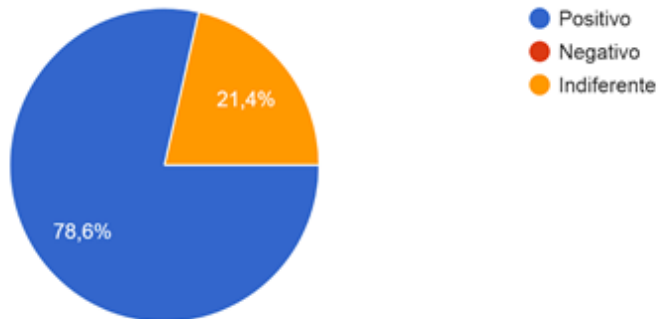
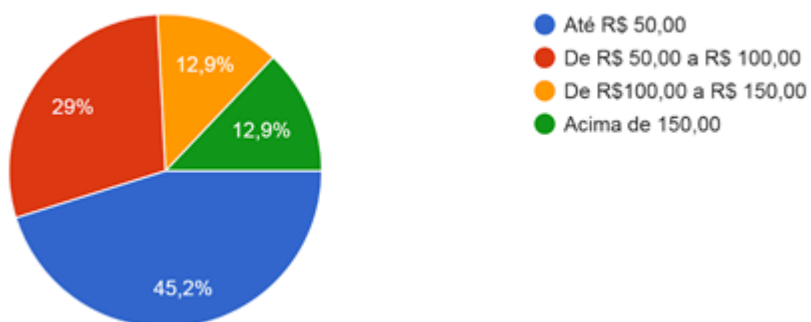


Gráfico 7: Eficácia do tratamento com A) cosméticos e B) dermocosméticos.

Em relação ao valor de aquisição desses produtos, os entrevistados mostraram-se dispostos a pagar mais pelos dermocosméticos que pelos cosméticos (Gráfico 8), o que evidencia a ascensão do mercado de dermocosméticos

A)



B)

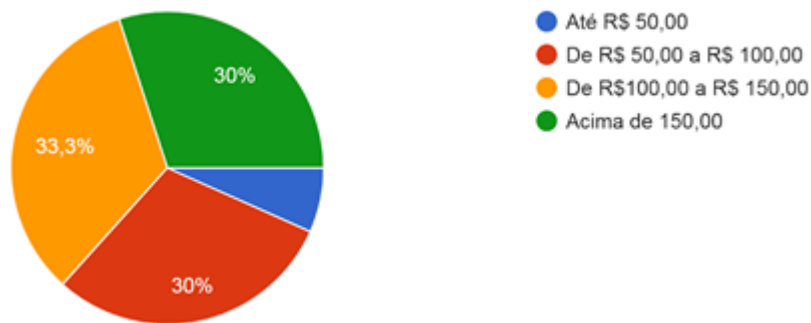


Gráfico 8: Valor pago pelos participantes na compra de produtos A) cosméticos e B) dermocosméticos.

Nas Tabelas 4, 5 e 6 podemos observar a venda em unidades de dermocosméticos e o valor agregado a venda nos meses de Agosto, Setembro e Outubro de 2018, em 6 drogarias diferentes, na cidade de Araxá-MG.

Tabela 4: Venda de dermocosméticos na cidade de Araxá-MG no mês de agosto de 2018.

<i>DROGARIA</i>	<i>UNIDADES VENDIDAS</i>	<i>VALOR R\$</i>
<i>A</i>	160	8932,00
<i>B</i>	120	7616,00
<i>C</i>	220	13921,00
<i>D</i>	330	17812,00
<i>E</i>	186	9850,00
<i>F</i>	202	14009,00
<i>TOTAL = 6</i>	1218	72140,00

Tabela 5: Venda de dermocosméticos na cidade de Araxá-MG no mês de Setembro de 2018.

<i>DROGARIA</i>	<i>UNIDADES VENDIDAS</i>	<i>VALOR R\$</i>
<i>A</i>	118	7198,00
<i>B</i>	92	6912,00
<i>C</i>	296	14016,00
<i>D</i>	240	15019,00
<i>E</i>	146	8800,00
<i>F</i>	102	7718,00
<i>TOTAL = 6</i>	994	59663,00

Tabela 6: Venda de dermocosméticos na cidade de Araxá-MG no mês de Outubro de 2018.

<i>DROGARIA</i>	<i>UNIDADES VENDIDAS</i>	<i>VALOR R\$</i>
<i>A</i>	140	8200,00
<i>B</i>	82	5192,00
<i>C</i>	278	14008,00
<i>D</i>	233	13611,00
<i>E</i>	142	7516,00
<i>F</i>	102	6920,00
<i>TOTAL = 6</i>	977	55447,00

Os resultados observados mostram o significativo número de vendas dos dermocosméticos nas drogarias, o que justifica os resultados apresentados no Gráfico 5. Para melhores resultados, é interessante que as drogarias realizem ações e campanhas nos locais de compra, além de estar cada vez mais próximas dos médicos e dermatologistas para que esses divulguem e indiquem seus produtos aos pacientes.

5. CONCLUSÃO

O presente trabalho nos possibilitou uma maior compreensão acerca do conhecimento sobre cosméticos e dermocosméticos pela população e pelos Farmacêuticos das drogarias de Araxá-MG . O estudo mostrou que os consumidores na sua maioria não sabiam os conceitos de cosméticos e dermocosméticos. Sendo ambos considerados de venda livre, torna-se necessário que os profissionais Farmacêuticos apresentem um maior conhecimento sobre os produtos comercializados nas drogarias a fim de atender os clientes de forma mais eficiente o que, conseqüentemente, estará associado com um aumento de vendas de tais produtos nestes estabelecimentos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANUNCIATO, Talita Pizza. **Nutricosméticos**. Universidade de São Paulo, Dissertação de Mestrado. Faculdade de Ciências Farmacêuticas de Ribeirão Preto, 2011.

BRASIL. ANVISA. **RESOLUÇÃO DA - RDC Nº 07, DE 10 DE FEVEREIRO DE 2015:** Dispõe sobre os requisitos técnicos para a regularização de produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes e dá outras providências. 2015. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/documents/10181/2867685/RDC_07_2015_.pdf/>. Acesso em: 20 nov. 2018.

RIBEIRO, Claudio. **Cosmetologia** : Aplicada a Dermoestética. 2. ed. São Paulo: Pharmabooks, 2010. 441 p.

REVISTA DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA DA BELEZA. Ago. 2017. Ed. Temática. ISSN 1980-9832.

SOLOMON, Michael. **O Comportamento do Consumidor**: comprando, possuindo e sendo. 5ª. Edição. Porto Alegre: Bookman, 2002.

APÊNDICE

Apêndice A: QUESTIONÁRIO: Consumo de cosméticos e dermocosméticos

Instruções de preenchimento

Antes de começar a responder leia a definição de cosmético e dermocosmético. Em seguida, assinale a opção desejada.

Cosmético: Os cosméticos são utilizados para promover a saúde e a beleza da pele. São preparações constituídas por substâncias naturais ou sintéticas, de uso externo nas diversas partes do corpo. Eles agem nas primeiras camadas da pele, causando mudanças imediatas, alterando a sua aparência momentaneamente: perfumam, hidratam, limpam e protegem a pele. A ação dos cosméticos é instantânea. Ex: Se você precisa disfarçar as olheiras, cobrir uma mancha ou hidratar as suas mãos, você deverá optar por um cosmético.

Dermocosméticos: Dermocosméticos são produtos que trazem em sua composição ativos farmacológicos — ou seja, compostos com atividade terapêutica, que atuam além da epiderme e, por esse motivo, podem ser utilizados em vários tratamentos dermatológicos, de acordo com a indicação da substância ativa presente em sua fórmula, como na diminuição de cicatrizes, de manchas ou de rugas da face. Esses produtos são registrados como grau 2 na Anvisa, o que significa que, apesar de serem classificados como cosméticos, devem ter comprovação científica da sua segurança e da sua eficácia. Assim, os dermocosméticos provocam alterações fisiológicas na pele, unhas, cabelos, tratando, reduzindo ou eliminando o problema a longo prazo.

Perguntas:

1. Sexo

Masculino Feminino

2. Idade: _____

3. Escolaridade

- Fundamental incompleto
- Fundamental completo
- Médio incompleto
- Médio completo
- Superior incompleto

- Superior completo
- Pós graduação incompleta
- Pós graduação completa
- Outra

4. Profissão: _____

5. Nível salarial: atualmente o salário mínimo é de R\$ 965,00.

- Até 2 salários mínimos
- de 2 a 4 salários mínimos
- de 4 a 10 salários mínimos
- de 10 a 20 salários mínimos
- Acima de 20 salários mínimos

6. Você utiliza ou já utilizou um produto cosmético?

7. Você já ouviu falar em dermocosméticos?

8. Você sabia a diferença entre cosmético e dermocosmético antes de ler a definição no início do questionário?

9. Quais os produtos cosméticos que você mais consome?

10. Quais os produtos dermocosméticos que você mais consome?

12. Qual o fator que mais lhe influencia na hora da compra de um cosmético/dermocosmético?

- Pesquisa prévia sobre o produto
- Opinião de algum conhecido
- Recomendação do vendedor ou profissional de estética
- Escolhe ao acaso
- Preço
- A qualidade do produto
- Durabilidade do produto
- A quantidade da embalagem
- Facilidade de encontrar o cosmético
- A marca do produto

13. O que você procura na hora de comprar produtos cosméticos?

- Tratamento
- Prevenção
- Melhora da aparência
- Bem estar

14. O que você procura na hora de comprar produtos dermocosméticos?

- Tratamento
- Prevenção
- Melhora da aparência
- Bem estar

15. O que você leva em consideração na hora da escolha de produtos cosméticos?

- Sensorial do produto
- Indicação de amigos
- Marca do produto
- Preço

16. Cite três marcas de cosméticos da sua preferência.

17. Cite três marcas de dermocosméticos de sua preferência.

18. Os cosméticos utilizados por você foram prescritos pelo:

- Dermatologista
- Farmacêutico
- Revendedor
- comprei por minha própria conta
- outro

19. Os dermocosméticos utilizados por você foram prescritos pelo:

- Dermatologista
- Farmacêutico
- Revendedor
- comprei por minha própria conta

outro

20. Você costuma comprar cosméticos:

Da mesma marca

De marcas variadas

21. Você costuma comprar dermocosméticos:

Da mesma marca

De marcas variadas

22. Onde foi efetuada a compra do cosmético?

Lojas especializadas

Revendedoras

Drogarias

Internet

Supermercados

Farmácia de manipulação

Outro: _____

23. Onde foi efetuada a compra do dermocosmético?

Lojas especializadas

Revendedoras

Drogarias

Internet

Supermercados

Farmácia de manipulação

Outro: _____

24. De acordo com o apelo indicado pelo produto, qual das marcas por você já utilizadas de cosméticos mostrou melhor resultado?

25. De acordo com o apelo indicado pelo produto, qual das marcas por você já utilizadas de dermocosméticos mostrou melhor resultado?

26. Qual foi a duração do tratamento com dermocosmético?

- 1 mês
- de 2 a 3 meses
- de 3 a 6 meses
- de 6 meses a 1 ano
- Superior a 1 ano

27. Qual valor você pagaria/paga por cosméticos?

- Até R\$ 50,00.
- De R\$ 50,00 a R\$ 100,00.
- De R\$100,00 a R\$ 150,00.
- Acima de 150,00.

28. Qual valor você pagaria/paga por dermocosméticos?

- Até R\$ 50,00.
- De R\$ 50,00 a R\$ 100,00.
- De R\$100,00 a R\$ 150,00.
- Acima de 150,00.

29. De acordo com o apelo indicado pelo produto (cosmético), o resultado observado foi:

- Positivo
- Negativo
- Indiferente

30. De acordo com o apelo indicado pelo produto (dermocosmético), o resultado observado foi:

- Positivo
- Negativo
- Indiferente

31. Você se considera uma pessoa informada sobre os avanços da cosmética?

- Sim
- Não

