



AVALIAÇÃO DA UTILIZAÇÃO DE COSMÉTICOS NOS UNIVERSITÁRIOS DO CESUMAR ATRAVÉS DA APLICAÇÃO DE UM QUESTIONÁRIO DIRECIONADO

Louriane Panucci de Oliveira¹; Tuane Krupek¹; Lílian Rosana dos Santos Moraes²; Jackeline Tiemy Guinoza Siraichi³

RESUMO: A beleza é buscada desde a antiguidade com finalidade de melhora da auto-estima e para isso inúmeros cosméticos foram desenvolvidos. Os produtos cosméticos são usados com diversas finalidades desde a manutenção da higiene, proteção do organismo até a correção e prevenção das alterações da pele e seus anexos, sendo assim o veículo deve ser adequado ao tipo de pele e os princípios ativos devem ser adequados às necessidades de seus anexos sem provocar efeitos indesejados. Este trabalho teve como finalidade a aplicação de um questionário buscando informações a respeito da utilização de cosméticos de um modo geral nos universitários do Centro Universitário de Maringá, e para isto foi elaborado um questionário direcionado que pesquisou a utilização de cosméticos em uma população de aproximadamente 500 acadêmicos do sexo masculino e feminino aleatoriamente com idade entre 18- 35 anos. Após a aplicação do questionário observou-se que quase todos os universitários (99,6%) utilizavam cosméticos, sendo os de higiene pessoal (sabonete, xampu e desodorante) os mais utilizados. Dos 69,47% universitários que apresentavam renda mensal entre 0 à 5 salários mínimos, 76,72% destinavam entre 10-20% da renda mensal para compra de produtos cosméticos. Conclui-se que grande parte dos universitários fazem uso de cosméticos em busca da melhora da aparência e imagem pessoal tentando com isso garantir uma melhora do padrão de vida e conseqüentemente da qualidade de vida.

PALAVRAS-CHAVE: Cosméticos; Questionário direcionado; Universitários do Cesumar.

INTRODUÇÃO

O culto ao belo sempre esteve ligado à história do homem. Os cosméticos fazem parte dessa história, pois são conhecidos registros pré- históricos que relatam o uso de pigmentos extraídos de frutas, como, por exemplo, a amora, que embelezavam as mulheres da época. O que pode ser visto também pelo que ocorreu no decorrer destes anos, com a descoberta de cremes, unguentos e óleos no sarcófago de Tutankamon; pelas regras de higiene propostas por Hipócrates; pelo famoso cold cream de Galeno, que é utilizado até hoje. (SOUZA, 2005).

A beleza é uma área de importantes desdobramentos econômicos, envolvendo indústrias vigorosas neste início de milênio, em todo o mundo, sendo que, no Brasil estas

¹ Discentes do Curso de Tecnologia em Estética e Cosmética do Centro Universitário de Maringá – Cesumar, Maringá – Paraná. Programa de Iniciação Científica do Cesumar (PROBIC). tuane.krupek@hotmail.com; lourianepanucci@hotmail.com.

² Co-orientadora e docente do Curso de Tecnologia em Estética e Cosmética do Centro Universitário de Maringá – Cesumar, Maringá – Paraná. lilian@cesumar.br

³ Orientadora e docente do Curso de Tecnologia em Estética e Cosmética do Centro Universitário de Maringá – Cesumar, Maringá – Paraná. jackeline.guinoza@cesumar.br

empresas apresentam um crescimento médio de dois dígitos, ao longo dos últimos cinco anos, e seu faturamento total em 2006 atingiu R\$ 17,5 bilhões (CASOTTI, 2008).

A indústria cosmética foi uma das que mais cresceram nos últimos anos, movimentando bilhões e multiplicando lojas e importadoras que suportam qualquer crise e não param de crescer em busca da beleza, saúde e a longevidade (CEZIMBRA, 2009).

Os cosméticos são substâncias ou preparados que se destinam à ser postos em contato com as partes superficiais do corpo humano como epiderme, sistemas pilosos e capilares, unhas, lábios, genitais externos, ou com os dentes e mucosa bucal, com objetivo exclusivo ou principal de promover a limpeza, perfumar ou proteger, a fim de manter o bom estado, de modificar o seu aspecto ou de corrigir os odores corporais, sem ação ou fins terapêuticos (BARATA, 2003).

A ciência que os estudam é a Cosmetologia, que abrange desde as matérias primas utilizadas até a venda e a aplicação destes produtos. Os cosméticos não possuem ação medicamentosa, estão unicamente relacionados a fins estéticos, procurados para satisfazer o desejo de melhorar a aparência e assim sua auto-estima (RIBEIRO, 2006).

Os cosmeceuticos em contrapartida possuem uma ação específica, não apenas melhorando a aparência, mas também proporcionando tratamento modificando a estrutura ou local onde esta sendo utilizado. Este termo resulta da fusão das palavras cosmético e farmacêutica, ou seja, a união da cosmetologia com a farmácia. Cosmeceuticos são produtos resultantes da evolução da tecnologia de fabricação de cosméticos, da pesquisa de novas matérias-primas e de um melhor conhecimento da biologia celular. (GOMES, GABRIEL, 2006).

Hoje não apenas mulheres se beneficiam com os cosméticos e cosmeceuticos desenvolvidos, mas também os homens assumiram a importância da estética, dos cosméticos e da vaidade. Com a melhora da imagem pessoal as pessoas acreditam que podem conseguir uma melhora do padrão de vida, já que a imagem é um fator de êxito e condição exigida para alguns postos de trabalho (SOUZA, 2005).

Diante disto, esta pesquisa teve por objetivo avaliar a utilização de cosméticos entre os universitários do Cesumar, sendo questionado sobre a utilização de cosméticos, os tipos de cosméticos mais utilizados e a renda destinada à compra destes produtos para analisarmos a importância destes produtos na vida das pessoas.

MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada através da aplicação de um questionário direcionado sobre utilização de cosméticos aos universitários do Centro Universitário de Maringá. Foram aplicados 510 questionários, sendo 284 aos acadêmicos do curso de estética e 226 aos acadêmicos do curso de direito no período de outubro de 2008 à março de 2009.

Com isso analisou-se a utilização de cosméticos, os cosméticos utilizados e a porcentagem da renda mensal que destinam à compra destes produtos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O gráfico 01 mostra que 99,6% dos universitários do Cesumar utilizam cosméticos, ficando evidente a importância destes produtos na vida das pessoas e principalmente a justificativa para o crescimento deste setor, confirmando Cezimbra (2009) que caracteriza como uma das principais marcas do século XXI, a busca pela beleza, saúde e a longevidade que é refletida no crescimento das indústrias cosméticas, uma das que mais cresceram nos últimos anos, movimentando bilhões, concordando com o resultado da pesquisa.

Utilização de cosméticos pelos universitários do Cesumar

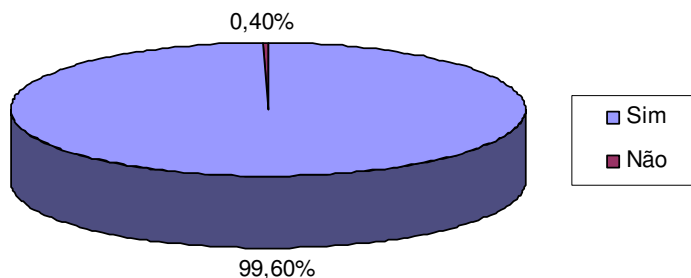


Gráfico 01: Utilização de cosméticos pelos universitários do Cesumar

Dentre os tipos de cosméticos utilizados pelos universitários do Cesumar podemos dividi-los em produtos para área de embelezamento pessoal, higiene e tratamento estético. Segundo gráfico 02, pode-se observar que os produtos mais utilizados são os produtos de higiene pessoal, que segundo Casotti (2008) são cosméticos que visam resultados imediatos e de cuidados básicos. Dentre estes produtos, os mais citados foram sabonete (100%), xampu (100%), desodorante (98%), perfume (97%) e condicionador (93%), o seja, os cosméticos mais utilizados são os se destinam à limpeza ou eliminação de impurezas de origem externa e também dos produtos de degradação e descamação (BARATA, 2003) enquanto que os menos utilizados são produtos destinados á área de embelezamento pessoal e tratamento. É importante lembrar que os produtos menos utilizados foram o gel pós-barba (9%) e gel para cabelo (13%), produtos destinados principalmente ao público masculino que segundo Souza (2005) começam a assumir a importância da estética, de cosmética e vaidade. Nosso estudo confirma dados da pesquisa realizada pela ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos) em 2008, onde os produtos menos citados na pesquisa foram os produtos para barbear (0,7%).

Quando analisados os dados sobre a renda mensal deste público foi observado conforme o gráfico 03 que 69,47% dos universitários apresentam renda entre 0-5 salários mínimos e dentre esta porcentagem 48,75% entre 0-1 salário mínimo.

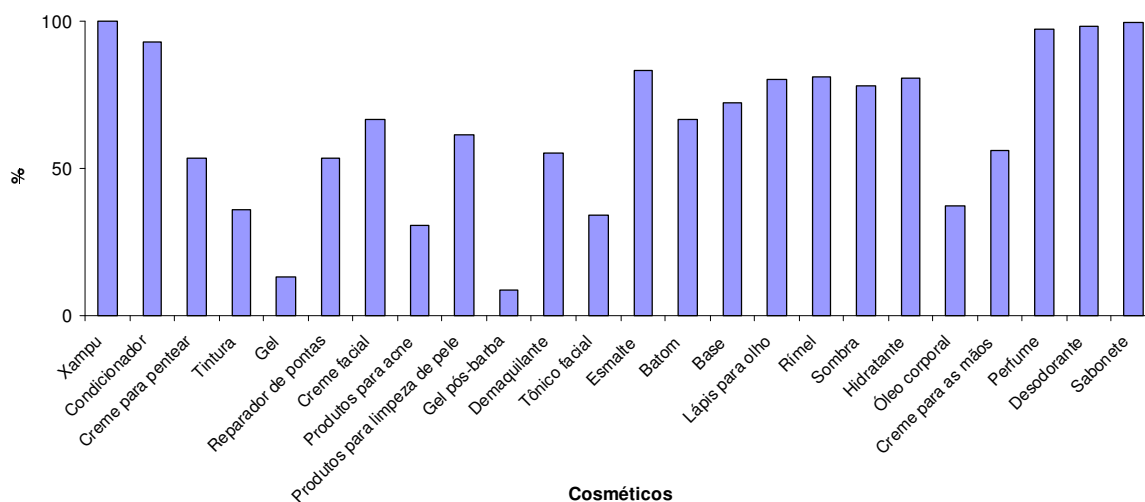


Gráfico 02: Tipos de cosméticos utilizados pelos universitários do Cesumar

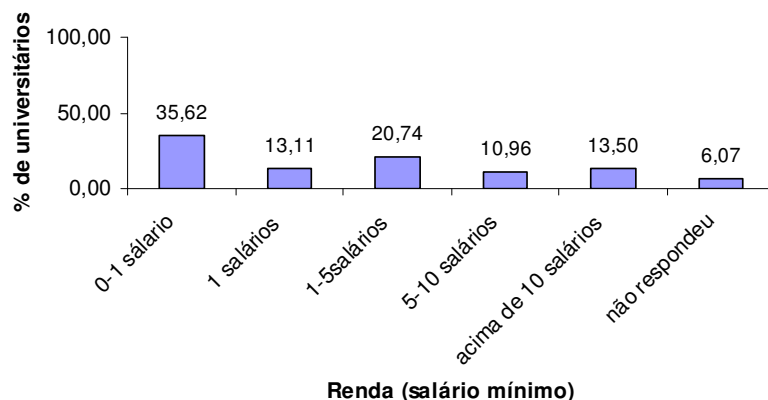


Gráfico 03: Renda mensal dos universitários do Cesumar

Já o gráfico 04 mostra que 76,72% dos universitários destinam de 0-20% da renda mensal à compra de cosméticos. Isso visto que na faixa etária em que esses universitários se encontram, a maioria tem o consumo de produtos cosméticos tutelado, não havendo a necessidade de destinar parte da sua renda para compra de cosméticos.

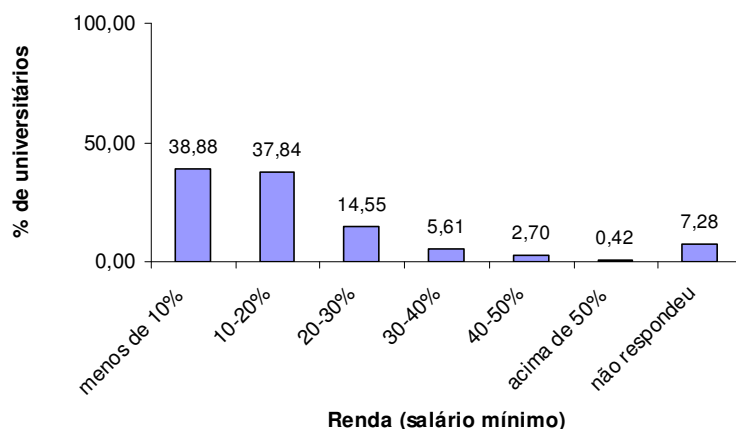


Gráfico 04: Renda destinada para compra de cosméticos pelos universitários do Cesumar

CONCLUSÃO

A utilização de cosméticos é importante, independente da classe social a qual a pessoa pertence, pois os mesmos estão se popularizando e chegando ao alcance de todos.

Nesta pesquisa foi mostrado que grande parte dos universitários fazem uso de cosméticos, destinando até 20% da renda mensal para a compra destes produtos mostrando que a busca do embelezamento pessoal através da utilização de cosméticos tem aumentado drasticamente.

Conclui-se que grande parte dos universitários fazem uso de cosméticos em busca da melhora da aparência e imagem pessoal tentando com isso garantir uma melhora do padrão de vida e conseqüentemente da qualidade de vida.

REFERÊNCIAS

BARATA, Eduardo A. F. **A cosmetologia: princípios básicos**. São Paulo: Tecnopress, 2003.

CASOTTI, Leticia; SUAREZ, Maribel; CAMPOS, Dias Roberta. **O tempo da beleza: consumo e comportamento feminino novos olhares**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008. 271p.

CEZIMBRA, Macia. **Maquiagem**. Rio de Janeiro: Senac, 2009.

GOMES, Rosaline; GABRIEL, Marlene. **Cosmetologia: descomplicando os princípios ativos**. São Paulo: Livraria Médica Paulista, 2006. 365p.

MARTINEZ, Mônica; RITTES, Patrícia. **Beleza sem cirurgia: tudo o que você pode fazer para adiar a plástica**. 2ª ed. São Paulo: Senac, 2004. 151p.

RIBEIRO, Claudio. **Cosmetologia Aplicada a dermoestética**. São Paulo: Pharmabooks, 2006. 271p.

SOUZA, Valéria Maria de. **Ativos Dermatológicos**, vol. 2 São Paulo: Pharmabooks, 2005.