UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MARINA JORGE MAFTUM

PERFIL DO CONSUMIDOR DE NUTRACÊUTICOS EM CURITIBA E REGIÃO
METROPOLITANA NO ESTADO DO PARANÁ

CURITIBA
2024

MARINA JORGE MAFTUM

PERFIL DO CONSUMIDOR DE NUTRACÊUTICOS EM CURITIBA E REGIÃO
METROPOLITANA NO ESTADO DO PARANÁ

Trabalho apresentado como requisito para conclusão do Curso de Pós-Graduação em Marketing, do Setor de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Profa. Ma. Cláudia Osna.

CURITIBA
2024

RESUMO

O mercado de nutracêuticos vem apresentando crescimento em escala global acompanhado de mudanças no comportamento alimentar da população e maiores preocupações com a saúde e bem-estar. Este trabalho tem por objetivo analisar o perfil do consumidor de nutracêuticos em Curitiba e região metropolitana no Paraná. Trata-se de uma pesquisa do tipo survey, com dados coletados entre 14 de novembro a 18 de dezembro de 2024, por um questionário on-line. Os participantes foram 150 pessoas do sexo masculino e feminino com idade a partir de 18 anos. Resultados: 92 (61,3%) respondentes são mulheres, 96 (64,0%) possuem idade entre 30 e 49 anos e 52 (34,6%) têm renda entre quatro e sete salários mínimos. Sobre os aspectos clínicos, 103 (64,7%) não possuem diagnóstico médico e a maior frequência de uso, 118 (54,1%), possui origem de demanda na prescrição por profissionais de saúde. 47 (31,3%) consumidores fazem o uso de nutracêuticos de 1 a 2 anos e o tipo mais utilizado, com 249 (50,5%) respostas, são vitaminas. A pandemia de Covid-19 não influenciou a decisão de consumo com 111 (74,0%) respostas. Dos 147 (98%) consumidores que compram nutracêuticos, 49 (32,6%) possuem frequência de compra de uma vez ao mês e 66 (44%) gastam acima de R\$121,00. Para 105 (46,8%), as compras são feitas em farmácias físicas. Com um maior crescimento de mercado nos últimos anos, é relevante que empresas do setor assegurem que o consumidor esteja bem informado, compreenda as vantagens e a forma correta de utilização, para que seus benefícios sejam percebidos.

Palavras-chave: suplementos alimentares; consumidor; vitaminas; nutracêuticos.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 –	Distribuição das variáveis sociodemográficas e econômicas do consumidor de nutracêuticos em Curitiba e região metropolitana no estado do Paraná, Brasil, 2024	18
TABELA 2 –	Distribuição das variáveis das condições de saúde dos consumidores de nutracêuticos em Curitiba e região metropolitana do estado do Paraná, Brasil, 2024	19
TABELA 3 –	Distribuição das variáveis segundo a compra de nutracêuticos em Curitiba e região metropolitana no estado do Paraná, Brasil, 2024	21

LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

CMED - Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos

FEBRAFAR - Federação Brasileira das Redes Associativistas e Independentes de Farmácias

FIM - *Foundation for Innovation in Medicine*

FOSHU - *Foods for specified health use*

ILSI - *International Life Science Institute*

IN – Instrução Normativa

MIP – Medicamentos Isentos de Prescrição

RDC – Resolução da Diretoria Colegiada

UFPR – Universidade Federal do Paraná

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
2	OBJETIVOS	10
2.1	OBJETIVO GERAL.....	10
2.1.2	Objetivos específicos	10
2.2	JUSTIFICATIVA.....	10
3	REFERENCIAL TEÓRICO.....	12
3.1	NUTRACÊUTICOS E SUA POSIÇÃO NO MERCADO GLOBAL	12
3.2	VAREJO FARMACÊUTICO NO BRASIL.....	14
4	METODOLOGIA.....	16
4.1	TIPO DE ESTUDO.....	16
4.2	LOCAL DE ESTUDO.....	16
4.3	POPULAÇÃO ALVO E AMOSTRA.....	16
4.4	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	17
4.5	COLETA DE DADOS	17
4.6	ANÁLISE DOS DADOS	17
5	RESULTADOS.....	18
5.1	CARACTERIZAÇÃO SOCIODEMOGRÁFICA E ECONÔMICA DOS CONSUMIDORES DE NUTRACÊUTICOS.....	18
5.2	CARACTERIZAÇÃO DOS ASPECTOS CLÍNICOS DOS CONSUMIDORES DE NUTRACÊUTICOS.....	19
5.3	CARACTERIZAÇÃO DA COMPRA DE NUTRACÊUTICOS.....	20
6	CONCLUSÕES.....	23

6.1	RECOMENDAÇÕES.....	24
	REFERÊNCIAS.....	25
	APÊNDICE I - QUESTIONÁRIO ON-LINE.....	28

1 INTRODUÇÃO

Ainda que a preocupação do ser humano com sua alimentação o acompanhe desde o início das civilizações, é somente no final do século XVIII, na França, que iniciaram os estudos acerca da nutrição e de seus efeitos no organismo humano (Domingues *et al.*, 2022), contribuindo para um conceito de nutrição diferenciando da simples atitude de ingerir alimentos. Antes, porém, entende-se a nutrição como a ciência da ingestão de alimentos, estabelecendo ferramentas para equilibrar o consumo e o gasto de nutrientes para um bom funcionamento do corpo humano (Prado *et al.*, 2011). Somado a essa temática, tem-se na atualidade os produtos nutracêuticos cujo consumo pela sociedade em geral é recente, surgindo as primeiras publicações no final do séc. XX na década de 80 (Assmann; Costa, 2021).

Uma nutrição adequada é aquela que auxilia na redução da mortalidade e com atenção a uma dieta que, conseqüentemente atuará como coadjuvante na redução de doenças relacionadas a deficiências nutricionais, aliadas a atitudes que podem proporcionar melhor qualidade de vida às pessoas e à saúde pública em geral (Domingues *et al.*, 2022).

Neste sentido a suplementação alimentar na vida das pessoas necessita de uma compreensão sobre a sua importância a longo prazo, bem como a sensibilização com a produção de ciência sobre essa temática (Domingues *et al.*, 2022).

Diversos fatores podem influenciar no consumo correto de nutracêuticos como os sociodemográficos: idade, sexo, escolaridade e renda. Outro aspecto é a condição clínica, sendo que a prevenção de doenças de acordo com a literatura envolve consumo de substâncias ideais como vitaminas, magnésio e cálcio, necessários para o autocuidado e autocontrole (Assmann; Costa, 2021; Safraid *et al.*, 2022).

Uma definição de nutracêutico apontada por Zeisel (1999) é a que consiste em “suplementos alimentares com a forma concentrada de um composto bioativo de alimento e com sua apresentação dissociada da matriz alimentar e em doses superiores ao que se podem encontrar nos alimentos” (Cozzolino, 2019, p. 5).

Contudo ainda não existe um consenso sobre a definição de nutracêuticos no mundo e no Brasil (Assmann; Costa, 2021). No marco regulatório brasileiro formado pela RDC nº243/2018 e IN nº28/2018 e suas atualizações, não é referido o termo

nutracêutico, sendo utilizado somente suplementos alimentares, os quais possuem descrições e requisitos específicos de composição (Brasil, 2018a; 2018b).

Na literatura internacional e nacional encontram-se os termos: alimento funcional, suplemento alimentar e nutracêutico, porém, por vezes sendo intercambiados para se referir à finalidade do nutracêutico (Assmann; Costa, 2021).

Entretanto, convém fazer distinção entre esses termos, já que alguns estudos os trazem com finalidades distintas. Assim, alimento funcional é aquele que ao ser ingerido confere benefícios à saúde além do seu valor nutricional (Moraes; Colla, 2006). Entende-se o suplemento alimentar como o produto que tem a finalidade de complementar a dieta com nutrientes, substâncias bioativas e enzimas ou probióticos (Brasil, 2018a).

Porquanto, há a necessidade de existir legislação específica que estabeleça oficialmente o termo nutracêutico com as características peculiares de tal produto, sua regulamentação do processo de produção e comercialização, propiciando a qualidade e segurança ao consumidor (Machado *et al.*, 2019).

O consumo de nutracêuticos apresenta crescimento constante no Brasil e no mundo (ANVISA; Mordor Intelligence, 2024). Nesse contexto, compreender o perfil e o comportamento do consumidor torna-se fundamental para que as empresas do setor desenvolvam estratégias de comunicação assertivas e sejam capazes de atender adequadamente suas expectativas e necessidades. Por isso, neste estudo objetivou-se analisar quem é esse consumidor por meio de uma pesquisa quantitativa do tipo *survey* com um questionário on-line considerando consumidores de nutracêuticos de Curitiba e região metropolitana.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar o perfil do consumidor de nutracêuticos em Curitiba e região metropolitana no estado do Paraná.

2.1.2 Objetivos específicos

Identificar o perfil sociodemográfico e econômico do consumidor de nutracêuticos em Curitiba e região metropolitana no estado do Paraná.

Descrever o perfil clínico do consumidor de nutracêuticos em Curitiba e região metropolitana no estado do Paraná.

Caracterizar o perfil de compra de nutracêuticos pelo consumidor em Curitiba e região metropolitana no estado do Paraná.

2.2 JUSTIFICATIVA

As constantes mudanças no modo de viver da sociedade contemporânea, a preocupação com a saúde, a facilidade para adquirir suplementos como vitaminas e/ou sais minerais e o enfoque em publicidade pelas empresas, reverberam no comportamento alimentar. Assim, observam-se tendências crescentes na demanda por nutracêuticos que apresentem substâncias com benefícios que podem auxiliar no controle de problemas de saúde e na qualidade da saúde e bem-estar geral (Abe-Matsumoto; Sampaio & Bastos, 2015).

Há que se considerar que a rotina de consumo de nutracêuticos por pessoas no mundo inteiro tem impacto no crescente mercado global, em 2024 foi estimado no valor de 488,41 bilhões de dólares e poderá atingir 626,02 bilhões até 2029 (*Mordor Intelligence*, 2024).

Dessa forma, estudos sobre a temática do consumo de nutracêuticos são relevantes, pois permitem diminuir a lacuna existente no Brasil, bem como esclarecer à população sobre seus reais benefícios à saúde, como adquiri-los e consumi-los adequadamente (Abe-Matsumoto; Sampaio & Bastos, 2015).

A condução do presente estudo, de cujo objeto: “O consumo de nutracêuticos em Curitiba e região metropolitana no estado do Paraná” justifica-se pelo crescente aumento do mercado mundial de nutracêuticos no sentido de que seus resultados poderão contribuir com evidências científicas na implementação de políticas públicas que promovam a educação em saúde à população, a profissionais da área de saúde e do comércio sobre essa temática e na compreensão dos aspectos de consumo.

Elegeram-se como questão de pesquisa: Qual é o perfil do consumidor de nutracêuticos em Curitiba e região metropolitana no estado do Paraná?

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Este item tem a finalidade de conferir sustentação teórica para o aprofundamento a respeito do objeto de estudo deste trabalho. Assim escolheu-se iniciá-lo pelas informações pertinentes a alimentação, nutrição e nutracêuticos, seguido pela situação deste último sobre a produção, comercialização e disponibilização à sociedade. Por fim, por se tratar de produtos do âmbito da indústria farmacêutica, produção, divulgação e comercialização, discorreu-se também o varejo farmacêutico.

3.1 NUTRACÊUTICOS E SUA POSIÇÃO NO MERCADO GLOBAL

Desde os primórdios o homem busca formas para obtenção do alimento que o mantenha saudável para cumprir suas atividades do cotidiano. Deste modo, uma alimentação balanceada se torna necessária ao bom funcionamento físico humano, sendo capaz de atuar na prevenção e no tratamento de doenças, pois existe uma estreita relação entre nutrientes e saúde. Neste sentido, o pai da medicina, Hipócrates (460-370 AC) enfatizava ao ser humano que o alimento seja seu remédio e o remédio o seu alimento (Cozzolino, 2019; Machado; Puton & Bertol, 2019).

Em 1980, por incentivo de cientistas do Ministério da Saúde e Bem-Estar do Japão, o país passou a utilizar alimentos como meio para reduzir o risco de doenças. Em 1990 foi criada uma categoria chamada “FOSHU” (*Foods for specified health use*) para alimentos que possuem propriedades capazes de trazer benefícios nutricionais relevantes para o bem-estar e para a saúde da população. Nos anos que se seguiram, este conceito passou a ser difundido em outros países e em 1995 o *International Life Science Institute* (ILSI) trouxe a primeira definição, convencionando tais alimentos como Alimentos Funcionais (Moraes; Colla, 2006; Cozzolino, 2012).

Assim, os alimentos funcionais são aqueles que oferecem benefícios ao corpo, além da função básica da nutrição, pois possuem componentes que podem reduzir o risco de males, tais como doenças degenerativas, entre outras (Moraes; Colla, 2006).

No ano de 1989 surge o termo nutracêutico para se referir a alimentos ou parte destes que forneçam benefícios à saúde envolvendo a prevenção e tratamento de

doenças e com ação de medicamento. Esse termo foi criado a partir da união das palavras “nutrição” (*nutrition*, em inglês) e “farmacêutico” (*pharmaceutical*, em inglês) por Stephen L. DeFelice, médico fundador do *Foundation for Innovation in Medicine* (FIM) nos Estados Unidos (Assmann; Costa, 2021; Cozzolino, 2012)

Na literatura, o termo nutracêutico possui diversas definições e em algumas referências intersecciona-se com as definições de alimento funcional, sendo ainda um assunto aberto ao debate e sem um consenso na sociedade científica (Assman; Costa, 2021).

No Brasil, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) não utiliza o termo nutracêutico formalmente em seus regulamentos, categorizando estes produtos como suplementos alimentares ou alimentos funcionais. A ANVISA traz que suplementos alimentares são utilizados para se referir a produtos para ingestão oral, em formas farmacêuticas, com o intuito de suplementar a alimentação de indivíduos saudáveis com nutrientes, substâncias bioativas, enzimas ou probióticos, isolados ou combinados (Brasil, 2018a). Assim, ressalta-se que estes não devem ser considerados medicamentos, pois seu objetivo não é tratar, prevenir ou curar doenças e nem substituir a alimentação diária necessária do indivíduo, mas complementar a alimentação (Brasil, 2020).

A primeira legislação sanitária que regulamenta essa categoria no Brasil é a Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 243, de 26 de julho de 2018, que “dispõe sobre os requisitos sanitários dos suplementos alimentares” (Brasil, 2018a) e a Instrução Normativa (IN) nº 28, de 26 de julho de 2018, que “estabelece as listas de constituintes, de limites de uso, de alegações e de rotulagem complementar dos suplementos alimentares” (Brasil, 2018b).

Até 2018 não havia, no Brasil, legislação sanitária que regulamentasse os suplementos alimentares de maneira específica, sendo nesse ano criada essa categoria para assegurar que a população tenha acesso a tais produtos com segurança e qualidade, além de reduzir a disparidade de informações no mercado, facilitar o controle sanitário e a gestão de risco dos produtos e eliminar barreiras referentes à venda e inovação (Brasil, 2020).

O consumo de nutracêuticos pelas populações em geral avança constantemente, resultando em um mercado com vasto potencial. É esperado um

crescimento estável no mercado mundial a partir da pandemia de Covid-19, devido ao aumento das preocupações relacionadas à saúde e consequente aumento na procura por produtos em escala global. Atualmente, o maior mercado de nutracêuticos concentra-se no continente Europeu, no entanto estima-se que a Ásia-Pacífico tenha o crescimento mais rápido no setor até 2029 (Mordor Intelligence, 2024).

Ainda que diversos estudos mostrem seus benefícios, alguns efeitos colaterais já foram identificados decorrentes do uso sem orientação profissional. Assim, faz-se necessário que profissionais da área da saúde sejam capacitados para entender as individualidades e necessidades reais de cada paciente para orientação correta sobre a utilização de nutracêuticos. Neste sentido, entende-se que uma legislação que defina oficialmente o termo nutracêutico, regulamentando o processo de produção e comercialização, pode trazer maior segurança e qualidade ao consumidor e ampliar o desenvolvimento científico na área (Mordor Intelligence, 2024; Machado; Puton & Bertol, 2019).

3.2 VAREJO FARMACÊUTICO NO BRASIL

Considerando as várias etapas que envolvem a produção e o destino final de um produto, tem-se o varejo que pode ser considerado a relação de venda existente entre a indústria e o consumidor final e este consiste em uma atividade econômica relevante para a economia de um país (De Angelo, *et al.*, 2011). De acordo com o anuário estatístico do Mercado Farmacêutico apresentado pela Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos (CMED), em 2023 o mercado farmacêutico brasileiro teve um faturamento de cerca de R\$142,43 bilhões, um crescimento nominal de 8,53% em comparação ao ano anterior, comercializando 5,77 bilhões de recipientes de medicamentos. Evidenciando a complexidade e amplitude do mercado farmacêutico, os dados do setor contabilizaram 223 empresas, 6.955 nomes comerciais de medicamentos organizados em 508 subclasses terapêuticas diferentes e 1.913 princípios ativos (Brasil, 2024).

No anuário estatístico, os produtos fármacos são caracterizados pela CMED em sete tipos: Novos, Biológicos, Similares, Genéricos, Específicos, Fitoterápicos e Outros: produtos classificados como Radiofármacos e Terapia Avançada (Brasil,

2024). Devido a formulação, algumas empresas de nutracêuticos possuem produtos enquadrados como MIP (Medicamento Isento de Prescrição) ainda que de acordo com a ANVISA, os nutracêuticos não sejam considerados medicamentos no Brasil. Contudo, as empresas também possuem produtos que não necessitam de registro junto a Anvisa e ficam fora do enquadramento citado anteriormente, impossibilitando que se tenha uma visão mais delimitada do cenário nacional.

Em 2023 os MIPs apresentaram faturamento de R\$14,07 bilhões, representando 9,88% do total do mercado farmacêutico com 1,21 bilhão de produtos comercializados e representando 21,04% do total de vendas do mercado, reforçando sua relevância dentro do cenário farmacêutico (Brasil, 2024).

4 METODOLOGIA

4.1 TIPO DE ESTUDO

Esta pesquisa é do tipo *survey*, sendo seu delineamento de caráter interseccional, haja vista que os dados devem ser coletados em um único período de tempo (Babbie, 2003).

De acordo com Freitas (2000), a pesquisa do tipo *survey* “pode ser descrita como a obtenção de dados ou informações sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas, indicado como representante de uma população-alvo, por meio de um instrumento de pesquisa, normalmente um questionário”.

4.2 LOCAL DO ESTUDO

Este estudo foi conduzido nos municípios de Curitiba e região metropolitana (Araucária, Piraquara, Pinhais, Lapa e Fazenda Rio Grande) no Estado do Paraná.

4.3 POPULAÇÃO ALVO E AMOSTRA

A amostra desta pesquisa foi por conveniência e estabelecida pelo número de questionários respondidos no período da coleta.

Foram convidados a participar homens e mulheres maiores de 18 anos mediante o envio on-line de um link do questionário com perguntas estruturadas e semiestruturadas. Inicialmente o questionário foi enviado a pessoas conhecidas da pesquisadora e solicitado que estas replicassem o envio a outras pessoas do seu círculo social. Desta forma obteve-se 214 devoluções, que aplicados os critérios de inclusão e exclusão resultou em uma amostra de 150 participantes (Curitiba = 135, Araucária = 7, Piraquara = 4, Pinhais = 2, Fazenda Rio Grande = 1, Lapa = 1).

Os critérios de inclusão para participar desta pesquisa foram: idade igual ou superior a 18 anos, consumir nutracêuticos e residir em Curitiba ou região metropolitana no Estado do Paraná.

Foram excluídos 17 respondentes de outros estados (Santa Catarina = 6, São Paulo = 8, Bahia 1; Minas Gerais 1; Pernambuco 1); outros países = 2; e 7 de demais

idades do Paraná (Cascavel = 2, Maringá = 1, Ponta Grossa = 1, Santo Antônio da Platina = 1, Paranaguá = 1, Goioerê = 1). Também foram excluídos 38 questionários de respondentes que não consomem nutracêuticos.

4.4 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Para a coleta de dados deste estudo foi utilizado um questionário on-line com dezesseis questões estruturadas, sendo que seis facultavam mais de uma resposta e quatro questões semiestruturadas (Apêndice I).

O instrumento de coleta de dados do tipo questionário consiste em um agrupamento de questões a serem respondidas por escrito pelos participantes da pesquisa (Gil, 2002).

4.5 COLETA DE DADOS

Os dados foram coletados no período de 14 de novembro a 18 de dezembro de 2024.

4.6 ANÁLISE DOS DADOS

Os dados coletados foram inseridos e codificados em uma planilha de Excel® e para análise foi utilizada a plataforma Software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) com auxílio de um profissional de estatística.

Os dados foram analisados de forma descritiva, sendo utilizadas frequências absolutas e relativas para as variáveis categóricas e amplitude interquartil para as variáveis contínuas.

5 RESULTADOS

Nesse item estão apresentados os resultados deste estudo com 150 participantes, organizados da seguinte forma: 5.1 Caracterização sociodemográfica e econômica dos consumidores de nutracêuticos; 5.2 Caracterização dos aspectos clínicos dos consumidores de nutracêuticos; 5.3 Caracterização da compra de nutracêuticos.

5.1 CARACTERIZAÇÃO SOCIODEMOGRÁFICA E ECONÔMICA DOS CONSUMIDORES DE NUTRACÊUTICOS

Dos 150 (58 homens e 92 mulheres) participantes, 96 (64,0%) tinham idade entre 30 e 49 anos; 135 (90,0%) residem em Curitiba; 61 (40,6%) possuem profissão de especialidades profissionais e ocupações técnicas; 85 (56,6%) possuem pós-graduação e 52 (34,6%) renda entre quatro e sete salários mínimos (TABELA 1).

TABELA 1 - DISTRIBUIÇÃO DAS VARIÁVEIS SOCIODEMOGRÁFICAS E ECONÔMICAS DO CONSUMIDOR DE NUTRACÊUTICOS EM CURITIBA E REGIÃO METROPOLITANA NO ESTADO DO PARANÁ, BRASIL, 2024

Faixa etária	Homens (n= 58)	Mulheres (n= 92)	Total (n=150)
18 a 29 anos	8	26	34
30 a 49 anos	45	51	96
>50 anos	5	15	20
Localidade			
Curitiba	53	82	135
Araucária	1	6	7
Piraquara	2	2	4
Pinhais	1	1	2
Lapa	1	0	1
Fazenda Rio Grande	0	1	1
Profissão*			
Especialidades Profissionais e Ocupações Técnicas	25	36	61
Ocupações Executivas, administrativas, gerenciais	12	20	32
Profissionais das ciências e das artes	6	20	26
Servidor público, aposentado e estudante	5	12	17
Vendas, Apoio Administrativo e de Escritório	7	4	11

Outros	3	0	3
Escolaridade			
Ensino médio incompleto	1	0	1
Ensino médio completo	10	15	25
Superior completo	20	19	39
Pós-graduação	27	58	85
Renda			
menor 1 salário-mínimo	0	0	0
1 a 3	5	20	25
4 a 7	21	31	52
8 a 10	14	19	33
maior 10	18	22	40

*Classificação de acordo com o IBGE.

5.2 CARACTERIZAÇÃO DOS ASPECTOS CLÍNICOS DOS CONSUMIDORES DE NUTRACÊUTICOS

A tabela 2 traz que 103 consumidores (64,7%) não possuem nenhum diagnóstico médico de saúde; o tipo de nutracêutico mais utilizado por homens e mulheres são vitaminas (249), representando 50,5% da amostra; 47 consumidores fazem uso de nutracêuticos de 1 a 2 anos (31,3%).

A maior frequência de uso dos nutracêuticos, 118 (54,1%) é feita com prescrição de profissionais de saúde, médicos e nutricionistas; 111 (74,0%) responderam que a pandemia de Covid-19 não influenciou na decisão de consumo.

TABELA 2 - DISTRIBUIÇÃO DAS VARIÁVEIS DAS CONDIÇÕES DE SAÚDE DOS CONSUMIDORES DE NUTRACÊUTICOS EM CURITIBA E REGIÃO METROPOLITANA DO ESTADO DO PARANÁ, BRASIL, 2024

Condições de saúde	Homens (n= 58)	Mulheres (n= 101)	Total (n=159)
Sistema Circulatório	7	6	13
Sistema Endócrino	4	13	17
Transtorno mental*	0	5	5
Sistema Imunológico	2	10	12
Outros**	1	8	9
Nenhuma	44	59	103
Tipos de nutracêuticos	Homens (n= 188)	Mulheres (n= 305)	Total (n=493)
Vitaminas	85	164	249

Antioxidantes	9	10	19
Probióticos	13	26	39
Minerais	26	34	60
Proteínas	11	18	29
Aminoácidos e peptídeos	30	34	64
Outros	14	19	33
Tempo de consumo	Homens (n= 58)	Mulheres (n= 92)	Total (n=150)
menos de 1 ano	13	20	33
1 a 2	19	28	47
3 a 4	11	20	31
acima de 4 anos	15	24	39
Indicação/Motivo para uso de nutracêuticos	Homens (n= 85)	Mulheres (n =133)	Total (n=218)
Família	15	11	26
Prescrição***	32	86	118
Nenhuma indicação, decisão própria	34	31	65
Propaganda	1	1	2
Influenciadores	3	4	7
Influência da pandemia no consumo de nutracêuticos	Homens (n= 58)	Mulheres (n= 92)	Total (n=150)
Sim	16	23	39
Não	42	69	111

*Transtornos mentais: Bipolaridade, depressão, TDAH e transtorno de ansiedade generalizada.

**Outros: Câncer, asma, doenças do sistema digestivo, adenomiose e endometriose.

***Prescrição médica ou de nutricionista

5.3 CARACTERIZAÇÃO DA COMPRA DE NUTRACÊUTICOS

Dos 147 (98%) consumidores que compram nutracêuticos, 49 (32,6%) possuem a frequência de compra de uma vez ao mês e 66 (44%) gastam acima de R\$121,00; 147 (64,75%) compram para consumo próprio e destes, 41 (18%) também compram para seus cônjuges.

Parcela significativa dos consumidores, 105 efetuam suas compras em estabelecimentos físicos de farmácias representando 46,8% da amostra; as marcas mais conhecidas pelos consumidores são: 70 (13,4%) Cimed, 64 (12,2%) Pura Vida e 59 (11,3%) *Equaliv*.

TABELA 3- DISTRIBUIÇÃO DAS VARIÁVEIS SEGUNDO A COMPRA DE NUTRACÊUTICOS EM CURITIBA E REGIÃO METROPOLITANA NO ESTADO DO PARANÁ, BRASIL, 2024

Compra nutracêuticos/suplementos alimentares	Homens (n= 58)	Mulheres (n= 92)	Total (n=150)
Sim	57	90	147
Não	1	2	3
Frequência de compra			
1 mês	22	27	49
2 meses	19	25	44
3 meses	10	23	33
6 meses	6	15	21
não compro	1	2	3
Valor gasto de compra			
50	8	13	21
51-120	23	37	60
Acima de 121	26	39	66
não se aplica	1	2	3
Compra para consumo	Homens (n= 85)	Mulheres (n= 142)	Total (n=227)
Próprio	57	90	147
Cônjuge	16	25	41
filho	6	16	22
pai/mãe	5	9	14
não compro	1	2	3
Local de compra	Homens (n= 81)	Mulheres (n= 143)	Total (n=224)
Farmácia física	38	67	105
Loja de produtos naturais (Canal verde)	7	18	25
Site de farmácias	11	22	33
Marketplace (Ex: Mercado Livre, Shopee, Magalu, Amazon)	21	27	48
Outro*	3	7	10
Não compro	1	2	3
Marca nutracêuticos	Homens (n= 175)	Mulheres (n= 346)	Total (n=521)
Addera	15	33	48
Catarinense	13	20	33
Cimed	23	47	70
Dux	15	25	40
Equaliv	12	47	59
Essential	14	29	43
Maxinutri	18	27	45
Vitafor	18	33	51
Pura Vida	19	45	64

Outras	23	32	55
Nenhuma	5	8	13

*Farmácia de manipulação, mercado, personal, loja suplemento, site do fabricante.

6 CONCLUSÕES

Com base nos resultados deste trabalho, observa-se que 61,3% dos respondentes são mulheres na faixa etária entre 30 e 49 anos. Em um estudo brasileiro desenvolvido com 4 mil consumidores entre mulheres e homens que avaliou o comportamento de compra em farmácias, os participantes também foram em sua maioria mulheres (FEBRAFAR, 2024).

A maior parcela dos participantes deste estudo possui renda a partir de 4 salários mínimos e gasta por mês acima de R\$121,00 em nutracêuticos sendo a Farmácia física o principal local de aquisição. No estudo que analisou a compra de produtos na farmácia, a cada compra os consumidores levam em média 2,5 unidades, com um ticket médio de R\$47,58, sendo medicamentos quase 70% da cesta e os 30% restantes classificados como não medicamentos. Esses dados trazem o entendimento de que a compra de produtos nutracêuticos faz parte da rotina de consumo em farmácias físicas, porém existe diferença entre as análises, uma vez que a compra de nutracêuticos foi analisada pelo gasto mensal e a compra em farmácias pela cesta de compras, não especificando quantas vezes o consumidor vai a farmácia mensalmente, trazendo limitações para correlacionar os dois resultados (FEBRAFAR, 2024).

Apesar de apontar que a pandemia de COVID-19 está relacionada com o aumento do consumo de nutracêuticos devido ao aumento da educação do consumidor acerca do assunto, a estarem mais informados e ao aumento das preocupações com a saúde, (Mordor Intelligence, 2024), a maior parte dos consumidores desta pesquisa afirmou que a pandemia não foi um fator decisivo para o consumo, porém a maior parcela, 74% dos consumidores apontaram que começaram a utilizar nutracêuticos nos últimos 4 anos.

Os nutracêuticos possuem uma grande variedade de utilizações, seja com o objetivo de melhorar a qualidade da saúde e bem-estar, prevenir doenças, redução de estresse ou retardar o envelhecimento (Abe-Matsumoto, Sampaio & Bastos, 2015). Analisando os consumidores da pesquisa, 64,7% não possuem diagnóstico médico de saúde e o tipo de nutracêutico mais utilizado por ambos os sexos são as vitaminas, indo de encontro ao objetivo de uso com caráter preventivo.

No entanto, a origem da demanda de mais da metade dos consumidores é a partir de prescrição de médicos e nutricionistas. Em outro estudo, as compras de medicamentos nas farmácias físicas também tiveram origem em prescrição médica, representando 73,7% das compras (FEBRAFAR, 2024).

6.1 RECOMENDAÇÕES

É possível notar que o crescimento do mercado de nutracêuticos vem ocorrendo em maior quantidade nos últimos anos, portanto é relevante que as empresas do segmento eduquem o consumidor para que ele possa compreender a vantagem da utilização visando a prevenção de doenças e a utilização correta de acordo com a necessidade apresentada para que possa perceber seus benefícios e gerar recompra, bem como treinar farmacêuticos, balconistas de farmácia e outros profissionais da área para que auxiliem o consumidor corretamente.

Assim como a prescrição de medicamentos, os nutracêuticos também podem ter origem de demanda com prescrições. Sendo assim, fortalecer o relacionamento da indústria e prescritor com visitas médicas e aos nutricionistas pode ser uma estratégia valiosa, uma vez que esses profissionais possuem autoridade ao indicar uma determinada marca para seus pacientes.

Os nutracêuticos são produtos de valor agregado, uma vez que oferecerem benefícios adicionais além da nutrição básica. A análise do valor mensal de compra desses produtos na pesquisa, evidencia que a capacitação dos profissionais de atendimento em farmácias para entender as necessidades reais dos clientes pode contribuir com o aumento do ticket médio na cesta de compra. Um consumidor que inicialmente tenha a intenção de adquirir um remédio de baixo valor, com um atendimento consultivo, pode vir a incluir um nutracêutico em sua cesta de compras e conseqüentemente aumentar seu ticket médio impactando positivamente o faturamento da empresa.

REFERÊNCIAS

ABE-MATSUMOTO, L. T.; SAMPAIO, G. R.; BASTOS, D. H. M. Suplementos vitamínicos e/ou minerais: regulamentação, consumo e implicações à saúde. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 31, n. 7, p. 1371–1380 jul. 2015. DOI: <https://doi.org/10.1590/0102-311X00177814>. Acesso em: 30 out. 2024.

ASSMANN, C. E.; COSTA, P. **Sinalização purinérgica: implicações fisiopatológicas**. Chapecó: Editora UFFS, 2021.

BABBIE, E. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução nº 243, de 26 de julho de 2018. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 2018a. Disponível em: https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/34379969/do1-2018-07-27-resolucao-da-diretoria-colegiada-rdc-n-243-de-26-de-julho-de-2018-34379917. Acesso em: 11 ago. 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Instrução Normativa (IN) nº 28, de 26 de julho de 2018. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 27 jul. 2018b. Disponível em: https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/34380639/do1-2018-07-27-instrucao-normativa-in-n-28-de-26-de-julho-de-2018-34380550. Acesso em: 11 ago. 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Anuário Estatístico do Mercado Farmacêutico – 2023**. Brasília, DF, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/centraisdeconteudo/publicacoes/medicamentos/cmmed/anuario-estatistico-do-mercado-farmaceutico-2023.pdf/@@download/file>. Acesso em: 08 jan. 2025.

BRASIL. IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Brasileiro de 2022**. Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://censo2022>.

ibge.gov.br/panorama/?utm_source=ibge&utm_medium=home&utm_campaign=portal.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Suplementos Alimentares**. Brasília, DF, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos/suplementos-alimentares>. Acesso em: 19 ago. 2024.

COZZOLINO, S. Nutracêuticos: o que significa. **ABESO – Revista Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e Síndrome Metabólica**, n. 55, p. 5-7, fev. 2012. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/268385457_Nutrac_euticos_o_que_Significa. Acesso em: 20 ago. 2024.

DE ANGELO C. F., *et al.* Séries temporais e redes neurais: uma análise comparativa de técnicas na previsão de vendas do varejo brasileiro. **BBR - Brazilian Business Review**, Vitória, v. 8, n. 2, p.1-21. abr./jun. 2011 Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=123018559001>. Acesso em 08 de jan 2025.

DOMINGUES, B. C. L. *et al.* Suplementos Alimentares: Aspectos Químicos e Aplicações de Macro e Micronutrientes. **Revista Virtual de Química**, São Paulo, v. 15 n. 3, p. 567-607, out. 2023. DOI: <https://doi.org/10.21577/1984-6835.20220121>. Disponível em: <https://uninove.emnuvens.com.br/remark/article/view/12230>. Acesso em: 12 ago. 2024.

FEBRAFAR. Pesquisa anual sobre o comportamento do consumidor em farmácias no Brasil. **Instituto Febrifar de Pesquisa e Educação Corporativa (IFEPEC)**, 2024. Disponível em: https://febrifar.com.br/Mkt/Febrifar_Pesquisa_Anual_sobre_o_Comportamento_do_Consumidor_em_Farmacias_no_Brasil_2024.pdf. Acesso em: 14 jan. 2025.

FREITAS, H. *et al.* O método de pesquisa Survey. Notas & Comunicações: **Revista de Administração**, São Paulo, v. 35, n. 3, p.105-112, jul./set. 2000. Trimestral. Disponível em: http://www.clam.org.br/bibliotecadigital/uploads/publicacoes/1138_1861_freitashenriquerausp.pdf. Acesso em: 20. dez. 2024.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MACHADO, G.; PUTON, B. F.; BERTOL, C. D. Nutracêuticos: aspectos legais e científicos. **Revista Eletrônica de Farmácia**, Goiânia, v. 16, n. E, 2019. DOI: 10.5216/ref.v16i0.47950. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/REF/article/view/47950>. Acesso em: 12 ago. 2024.

MORAES, F. P; COLLA, L. M. Alimentos funcionais e nutracêuticos: definições, legislação e benefícios à saúde. **Revista Eletrônica de Farmácia**, Goiânia, v. 3, n. 2, p. 99-112, 2006. DOI: 10.5216/ref.v3i2.2082. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/REF/article/view/2082>. Acesso em: 12 ago. 2024.

Mordor Intelligence™ Industry Reports. **Tamanho do mercado de nutracêuticos e análise de ações – Tendências e previsões de crescimento (2024 – 2029)** Disponível em: <https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/global-nutra-ceuticals-market-industry>. Acesso em: 12 de ago 2024.

PRADO, S. D., *et al.* Alimentação e nutrição como campo científico autônomo no Brasil: conceitos, domínios e projetos políticos. **Revista De Nutrição**, Campinas, v. 24, n. 6, p. 927–937. nov./dez. 2011 DOI: <https://doi.org/10.1590/S1415-52732011000600013>. Acesso em: 19 de dez 2024.

SAFRAID, G. F., *et al.* Perfil do consumidor de alimentos funcionais: identidade e hábitos de vida. **Brazilian Journal of Food Technology**, Campinas, v. 25, e2021072, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1590/1981-6723.07221>. Acesso em: 19 de dez 2024.

APÊNDICE I – QUESTIONÁRIO ON-LINE

NUTRACÊUTICOS NO PARANÁ

Esta é uma pesquisa de conclusão do curso de MBA em Marketing da UFPR da aluna Marina Maftum. Você pode me auxiliar respondendo a esse questionário? Levará no máximo de 2 a 4 min. Obrigada.

1. TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar do estudo O PERFIL DO COMPRADOR E DO CONSUMIDOR DE NUTRACÊUTICOS EM MUNICÍPIOS DO PARANÁ, que tem como objetivo investigar o perfil do consumidor e do comprador de Nutracêuticos em municípios do estado do Paraná. Você autoriza a utilização das informações para fins desta pesquisa científica? (Os dados serão usados somente para fins desta pesquisa científica, sendo mantido o sigilo e anonimato das informações).

Marcar apenas uma opção.

() Sim

() Não

2. Nome Completo:

3. Qual a sua idade? (em anos)

4. Seu local (Cidade)

5. Qual a sua profissão?

6. Sexo:

() Masculino

() Feminino

() Prefiro não responder

7. Qual a sua escolaridade?

() Ensino fundamental incompleto

() Ensino fundamental completo

() Ensino médio incompleto

- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós-graduação
- Prefiro não responder

8. Qual a sua renda familiar? (Valor do salário mínimo: R\$1412,00)

- Abaixo de um salário mínimo
- De 1 a 3 salários mínimos
- De 4 a 7 salários mínimos
- De 8 a 10 salários mínimos
- Acima de 10 salários mínimos

SOBRE NUTRACÊUTICOS

9. Você compra nutracêuticos/suplementos alimentares?

Exemplos: vitaminas, minerais, enzimas, probióticos.

- Sim
- Não

10. Com qual frequência você compra?

- 1 vez por mês
- 1 vez a cada 2 meses
- 1 vez a cada 3 meses
- 1 vez a cada 6 meses
- Não compro

11. Qual o valor (R\$) que você gasta por mês na sua compra de nutracêuticos?

- Menos de R\$50,00
- De R\$51 a R\$80
- De R\$81 a R\$120
- De R\$121 a R\$150
- Acima de R\$150
- Não gasto
- Outro: _____

12. Você compra nutracêuticos para seu consumo e/ou para outras pessoas da sua família? (Marque mais de uma opção se necessário)

- Para meu consumo
- Para meu cônjuge
- Para meu(s) filho(a)
- Para meu pai/mãe
- Não compro
- Outro: _____

13. Se você CONSOME, há quanto tempo você faz o consumo?

- Menos de 1 ano
- De 1 a 2 anos
- De 2 a 3 anos
- De 3 a 4 anos
- Acima de 4 anos
- Não consumo

14. A pandemia de COVID-19 influenciou na sua decisão em consumir nutracêuticos?

- Sim
- Não

15. De que modo?

- Não consumia e iniciou o consumo durante a pandemia
- Já consumia mas intensificou o consumo na pandemia
- Não consumia e iniciou o consumo após a pandemia
- Não influenciou
- Outro: _____

16. Você tem algum diagnóstico médico de saúde? (Marque mais de uma opção se necessário)

- Anemia
- Câncer
- Cardíaco
- Diabetes
- Hipertensão (pressão alta)
- Imunodeprimido
- Obesidade
- Não tenho
- Outro: _____

17. Por que você utiliza nutracêuticos? (Marque mais de uma opção se necessário)

- Decisão própria
- Indicação de família ou amigos
- Influência de influenciadores digitais
- Prescrição médica
- Prescrição de nutricionista
- Propaganda (TV/Rádio/redes sociais)
- Outro: _____

18. Quais desses nutracêuticos/suplementos alimentares você consome? (Marque mais de uma opção se necessário)

- Vitamina B12
- Vitamina C
- Vitamina D
- Ômega3

- Colágeno
- Magnésio
- Multivitamínico(A-Z)
- Coenzima Q10
- Probiótico (Exemplo: Lactobacilos)
- Nenhum
- Outros: _____

19. Quais dessas marcas você já viu ou ouviu falar? (Marque mais de uma opção se necessário)

- Catarinense
- Cimed
- Dux
- Equaliv
- Essential
- Katiguá
- Maxinutri
- Nutrify
- Pura Vida
- Vitafor
- Outros: _____

20. De que maneira você faz a compra de nutracêuticos? (Marque mais de uma opção se necessário)

- Farmácia física
- Loja de produtos naturais (Canal Verde)
- Sites de farmácias
- Marketplaces (Exemplo: Mercado Livre, Shopee, Magalu, Amazon)
- Outro: _____

21. Quantos reais você estaria disposto a gastar por 1 unidade de um produto nutracêutico? (Marcar apenas uma opção)

- Menos de R\$20,00
- De R\$20 a R\$50
- De R\$51 a R\$80
- De R\$81 a R\$110
- Acima de R\$110
- Não estou disposto
- Outro: _____