



N.2 V.1
Set 2023

Proceedings of Research and Practice in Allied and Environmental Health

XVIII Colóquio de Farmácia - O
Papel da Farmácia em
Oncologia



Influência da publicidade e de outros fatores no consumo de produtos cosméticos e de higiene corporal

Mariana Bastos ^{1,2*}, Patrícia Correia ^{1,2}

¹ Escola Superior de Saúde, Instituto Politécnico do Porto, Rua Dr. António Bernardino de Almeida, 4200-072, Porto, Portugal

² Centro de Investigação em Saúde e Ambiente, Escola Superior de Saúde, Instituto Politécnico do Porto, Rua Dr. António Bernardino de Almeida, 4200-072, Porto, Portugal

* marianabastos97@hotmail.com

Introdução: O consumo e variedade de Produtos Cosméticos e de Higiene Corporal tem vindo a aumentar ao longo dos anos. A publicidade é um dos fatores que tem influência na decisão de compra dos consumidores acompanhada por outros fatores por exemplo fatores culturais ou sociais, fatores socioeconómicos, entre outros. **Objetivo:** Identificar quais os fatores que interferem na decisão de compra dos consumidores e relacionar os tipos de Produtos Cosméticos e de Higiene Corporal mais publicitados com os mais utilizados na região norte de Portugal continental. **Métodos:** Realizou-se um estudo observacional e descritivo através da recolha de anúncios televisivos durante 7 dias em cada estação do ano, tendo em conta: a estação televisiva, o período do dia, o tipo de produto, a marca e o número de vezes que o anúncio era publicitado. O tratamento estatístico dos dados foi realizado através do software SPSS® utilizando o teste do Chi-quadrado da independência e o teste exato de Fisher. **Resultados:** A qualidade e o preço são os principais fatores que os inquiridos têm em conta na decisão de compra, seguido da marca, recomendação por algum amigo ou familiar e por último, a publicidade. Agruparam-se os diferentes tipos de produtos em categorias: produtos de limpeza e embelezamento facial, limpeza e cuidado capilar, limpeza e cuidado corporal e higiene e cuidado dentário. Dos produtos publicitados destaca-se o creme facial, a pasta de dentes, o champô e o desodorizante como os principais produtos publicitados assim como as marcas M1, M11, M21, M23 como as mais publicitadas. Estes dados são compatíveis com os dados recolhidos através do questionário A, uma vez que os PCHC mais publicitados correspondem às principais escolhas dos consumidores de utilização de PCHC. Destaca-se um maior número de anúncios publicitários nos canais privados, uma vez que as obrigações dos canais públicos são diferentes. Nos dias da semana, teve-se em conta os dias úteis serem mais do que os dias de fim de semana e como tal calculou-se a média dos produtos publicitados em ambas as categorias, destacando o fim de semana. Por último, a sazonalidade. Os produtos de limpeza e embelezamento facial e os produtos de limpeza e cuidado corporal são maioritariamente publicitados no Verão. Este aumento de publicidade pode justificar-se pelo facto de as pessoas terem mais cuidados na altura do verão uma vez que estão mais expostas ao sol. Os produtos de higiene e cuidado dentário assim como os produtos de limpeza e cuidado capilar são mais publicitados no Outono. **Conclusão:** Neste estudo destaca-se o preço e a qualidade como os fatores chave na decisão de compra de Produtos Cosméticos e de Higiene Corporal. A publicidade é um dos vários fatores que influenciam a decisão de compra, no entanto, não é o que tem maior impacto.

Palavras-Chave: Decisão de compra; fatores influenciadores; produtos cosméticos; publicidade;