



**Centro Universitário
Bacharelado em Farmácia**

BEATRIZ SILVA DE ANDRADE

**INFLUÊNCIA DA ESTÉTICA PARA O MERCADO
FARMACÊUTICO**

**Paripiranga - Ba
2021**

BEATRIZ SILVA DE ANDRADE

**INFLUÊNCIA DA ESTÉTICA PARA O MERCADO
FARMACÊUTICO**

Monografia apresentada no curso de graduação do Centro Universitário AGES como um dos pré-requisitos para obtenção do título de bacharel em Farmácia.

Orientador: Prof. Fábio Kovacevic Pacheco.

Paripiranga - Ba

2021

BEATRIZ SILVA DE ANDRADE

**INFLUÊNCIA DA ESTÉTICA PARA O MERCADO
FARMACÊUTICO**

Monografia apresentada como exigência parcial para obtenção do título de bacharel em Farmácia, à Comissão Julgadora designada pelo colegiado do curso de graduação do Centro Universitário AGES.

Paripiranga, 09 de dezembro de 2021.

BANCA EXAMINADORA

UniAges (Prof. Me. Fábio Kovacevic Pacheco)

UniAges (Prof. Dr. Carlos Adriano Santos Souza)

AGRADECIMENTOS

Minha descomunal gratidão ao Autor da Existência, Aquele que permite que todos os meus sonhos possam se concretizar nosso Único e verdadeiro Deus. À minha sublime mãe Denise que sempre me deixou confortável diante de qualquer escolha e junto a mim em todos os milésimos de segundo de toda minha vida. À minha querida e eterna vó Nair (In memoriam) que foi uma grande incentivadora, uma mulher forte, com uma garra incomparável, que mais que qualquer pessoa queria meu bem e hoje brilha lá de cima com essa vitória. Ela foi meu maior exemplo de ser humano, nossas lembranças e o nosso amor não se limitam a este mundo, fico aqui com o coração repleto de saudade, mas também cheio de boas memórias nossas para recordar.

Ao meu amado namorado Quelvin que literalmente me suporta todos os minutos de vida dele, sempre buscando o meu melhor, fazendo parte de minha vida acadêmica sempre que eu precisava com toda paciência, compreensão e paixão do universo. À minha brilhante irmã, Sophia que todas as vezes que eu chegava da faculdade me concedia ânimo e me recebia com todo amor e carinho.

À toda minha base familiar gigantesca não só de tamanho, mas de coração, meu padrasto Emerson que nunca mediu esforços para eu concluir e ter meu diploma em mãos, meus avós, o avô mais perfeito Hélio Lima que sempre me lembra de quando esse dia chegaria, ansioso para ter a primeira e única neta até hoje doutora, como diz ele. Meus tios, primos e meus 3 filhos de quatro patas que transferem amor sem pedir nada em troca. Vocês foram primordiais em minha caminhada acadêmica, financeira e emocional, nunca se quer pensaram em soltar a minha mão em nenhuma desestabilidade, todos vocês me inspiram a viver e há me tornar uma pessoa melhor a cada dia. Teria o enorme prazer de um dia recompensar. Ao meu grupo da vida "Covil" nunca me deixou desamparada, sempre com as palavras precisas depois de um final de semana agonizante, vocês são realmente o verdadeiro significado de amigas: confiança, pessoa que ama incondicionalmente, com quem se tem relação de amizade, de afeição, de estima e de dedicação recíproca.

Aos meus presentes da faculdade, Taís Correia, Carla Tainá, Maria Taís, Francielma e Alessa, o melhor vínculo da faculdade são vocês, não vou negar que

tirando as provas e aulas práticas, vocês eram meus o único propósito a ir para as aulas todos os finais de semana, gratidão por todos os anos que passei meu aniversário em Paris e vocês me animaram, por aguentarem minha troca de humor constante, vocês são umas guerreiras viu, em especial para Tais, Carla e Maria amigas, confidentes e irmãs, garotas maravilhosas que contribuiu valiosamente para a realização desse sonho espero com todo meu coração que nossa amizade não se permita “acabar” juntamente com o curso, que nossa amizade permaneça viva mesmo cada uma morando a km de distância da outra, espero nos vermos com uma frequência para lembrarmos sempre quem éramos quando tudo começou, sou orgulhosa de vocês, amo cada uma!

Ao ap 03, uma família, o ap mais organizado de todos sem nenhuma dúvida e o culpado é de meu cunhado querido Alisson, que já estava lá quando iniciei essa caminhada e ele estava com os braços abertos prontamente para ajudar e nos receber, eu não sei de verdade o que seria da gente sem ele lá pra amparar tudo. À minha cunha Sandrinha e minha amiga Paloma que segurava as rédeas sempre que a gente queria enlouquecer, sempre dando suporte. Às minhas melhores amigas do mundo inteirinho, Tamile e Talissa, Tamile sempre lá comigo, pra qualquer coisa, estudamos a vida todas juntinhas, não era na faculdade que a gente ia se desgrudar, com a mesma mãe de leite e com toda reciprocidade do universo, eu não iria nunca sem você, obrigada por tudo e tanto! Talissa eu à aceitei com o coração aberto no AP, depois de alguns meses já fazia parte da casa e de meu coração, um trio que fazia um encaixe perfeito e absoluto, como eu disse a ela uma vez: “talvez algumas pessoas foram feitas para estar na mesma história” amo vocês imensamente.

Aos meus professores e orientadores Fábio Kovacevick e Carlos Adriano obrigada por todo apoio, carinho e dedicação. Carlos, obrigada também por me orientar literalmente neste trabalho, pela sua confiança, tempo e dedicação depositada. Agradeço a todos os professores que fizeram parte da minha graduação, que sempre deram o seu melhor para que pudesse ter um aprendizado de qualidade. Aos meus grandes amigos e irmãos de dentro e fora da graduação que sempre acreditaram no meu potencial, uma parte bastante significativa para minha formação, toda a troca de aprendizado, sempre que precisei de qualquer suporte eles com muito bom gosto me ajudavam sem querer nada em troca. Deus, obrigada por permitir que eu chegasse até aqui, muitos não puderam...

“Existem vários gêneros de beleza, cor, forma, expressão, e até beleza moral. Mas Hesíodo (Poeta Grego da Idade Média) em seus poemas se referia unicamente da beleza exterior: os traços e as cores. É belo aquilo cuja harmonia impressiona os olhos.”

BAYER, 1995

RESUMO

Introdução: A saúde física e mental nunca esteve tão em pauta quanto atualmente, as pessoas estão preocupadas não somente em não adoecer, como também em viver com o máximo de bem-estar e qualidade de vida. Nesse sentido, o mercado de estética, engloba diversos tipos de serviços, vem numa crescente no Brasil e no mundo. Os benefícios do consumo de cosméticos para melhorar e realçar a beleza são, a todo instante, reforçados pela publicidade dos fabricantes, atraindo mais consumidores e buscando aumentar a frequência e a diversidade de produtos comprados. **Metodologia:** Este estudo trata-se de uma revisão da literatura com caráter descritivo e qualitativo. Neste contexto, a revisão da literatura busca discutir os resultados e significados das pesquisas anteriores, além disso, problematiza o seu impacto científico na sociedade ou em um contexto específico. **Resultados:** A triagem inicial permitiu a identificação de 50 títulos, após análise dos títulos e posteriormente os resumos 15 artigos na íntegra fizeram parte desta revisão. No que diz respeito ao delineamento dos estudos, 100% (n=15) dos trabalhos pertencem a revisões da literatura sobre o tema. Com relação as bases de dados, a maior parte dos artigos pertence ao Google Acadêmico 75% (n=10) e os outros 25% (n=5) na Scielo. **Conclusão:** Pode-se inferir que o profissional farmacêutico, está inserido na saúde estética, contudo há necessidade de mais estudos que avaliem os serviços e padronizem as metodologias dos procedimentos. Por fim, conclui-se que no cenário tecnológico contemporâneo, de alguma forma, todos acabam se entregando aos prazeres do consumo. Cabe à sociedade entender o que precisa ser desconstruído do padrão para que todos se sintam bem e tenham uma boa qualidade de vida.

PALAVRAS-CHAVE: Estética, Saúde estética, Farmacêutico esteta, Legislação farmacêutica.

ABSTRACT

Introduction: Physical and mental health has never been more prominent than today; people are concerned about maximum well-being and quality of life. In this sense, the aesthetics market encompasses several types of services, growing in Brazil and worldwide. The benefits of consuming cosmetics to improve and improve beauty are at all times. These are reinforced by the advertisements of manufacturers, attracting more consumers and seeking to increase the frequency and diversity of products purchased. **Methodology:** This study is a descriptive and qualitative review of the literature. In this context, the literature review seeks to discuss the results and meanings of previous research, in addition, it problematizes its scientific impact on society or in a specific context. **Results:** The initial screening allowed the identification of 50 titles, after analysis of the titles and later the abstracts 15 articles in full were part of this review. Regarding the study design, 100% (n=15) of the studies belong to reviews of the literature on the subject. In relation to databases, most articles belong to Google Scholar 75% (n=10) and the other 25% (n=5) in Scielo. **Conclusion:** It can be inferred that the pharmaceutical professional is inserted in aesthetic health. However, there is a need for further studies that evaluate the services and standardize the methodologies of the procedures. Finally, it is concluded that in the contemporary technological scenario everyone ends up reaching the pleasures of consumption. It is up to society to understand what needs to be deconstructed from the standard so that everyone feels good and has a good quality of life.

KEYWORDS: Aesthetics, Aesthetic Health, Pharmaceutical Anesthesia, Pharmaceutical Legislation.

LISTAS

LISTA DE FIGURAS

01: Pessoa/corpo padrão diante a sociedade	17
02: Prateleiras de cosméticos nas drogarias.....	18
03: Biopolímero usado nos dermocosméticos	19
04: Atuação farmacêutica na saúde estética.....	26
05: Equipamentos/Aparelhos para as técnicas usadas na estética	27

LISTA DE GRÁFICOS

01: Descrição percentual das bases de dados.....	14
02: Percentual referente ao período das publicações	15

LISTA DE QUADROS

01: Descrição da estratégia de busca	12
--	----

LISTA DE SIGLAS

ABIHPEC	Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal
SciELO	Scientific Electronic Library Online
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
CFF	Conselho Federal de Farmácia
CRF	Conselho Regional de Farmácia
CRM	Conselho Regional de Medicina

LISTA DE SÍMBOLOS

®

Marca Registrada

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. METODOLOGIA	12
2.1 Estratégias de Busca	12
2.2 Critérios de inclusão e exclusão	12
2.3 Análise de dados	13
3. RESULTADOS.....	14
4. DISCUSSÃO	16
4.1 Estética e beleza.....	16
4.2 Influência da estética no mercado	17
4.3 Mercado esteta	20
4.4 O profissional farmacêutico e sua atuação no mercado da beleza	22
4.5 Legislações para atuação do farmacêutico no campo da saúde estética ...	23
4.6 Serviços Farmacêuticos na área esteta	25
4.7 Técnicas e recursos estéticos já regulamentados	26
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
REFERÊNCIAS.....	30

1. INTRODUÇÃO

A saúde física e mental nunca esteve tão em pauta quanto atualmente, as pessoas estão preocupadas não somente em não adoecer, como também em viver com o máximo de bem-estar e qualidade de vida. Nesse sentido, o mercado de estética, que engloba diversos tipos de serviços, vem numa crescente no Brasil e no mundo. Os benefícios do consumo de cosméticos para melhorar e realçar a beleza são, a todo instante, reforçados pela publicidade dos fabricantes, atraindo mais consumidores e buscando aumentar a frequência e a diversidade de produtos comprados. (BOTA, 2015)

Crems faciais, antirrugas, cremes que facilitam a perda de medidas, maquiagens, perfumes e esmaltes, além de vários outros produtos consumidos pela grande parte do público feminino, que encontram neles uma forma de sentir-se bonita e satisfeita com a sua imagem. ANVISA (2015), compreende que o comportamento do consumidor consiste no “estudo dos processos decisórios envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou dispõem de produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer necessidades e desejos”. Sendo assim, torna-se importante conhecer quais são os hábitos de consumo de cosméticos e perfumarias pelo público feminino, o que influencia o comportamento de compra, para que assim as indústrias e profissionais de marketing consigam satisfazer o desejo das consumidoras.

Esses hábitos de compra e consumo são valorizados pelas consumidoras, blogueiras, digital influencer, universitárias, na aquisição de cosméticos. Os benefícios do consumo de cosméticos para melhorar e realçar a beleza são, a todo instante, reforçados pela publicidade dos fabricantes, atraindo mais consumidores e buscando aumentar a frequência e a diversidade de produtos comprados.

Aguiar (2018) sugere que o indivíduo tem metas ou objetivos e que lutam para atingi-los, ou seja, o próprio objetivo é a motivação que o impele a agir e o mercado farmacêutico vem crescendo extraordinariamente oferecendo incontáveis cosméticos, serviços, produtos com intuito de melhorar a qualidade de vida, saúde, beleza, bem estar e contribuir neste processo de automotivação e melhora da autoestima.

Ante o exposto, esta pesquisa tem como objetivo realizar uma síntese crítica sobre o mercado estético e seus impactos na profissão farmacêutica. Ademais, como objetivos específicos buscaram: relacionar os serviços e ações do profissional farmacêutico na estética; avaliar a legislação para atuação do profissional farmacêutico, discorrer os serviços mais ofertados pelo profissional farmacêutico.

2. METODOLOGIA

Este estudo trata-se de uma revisão da literatura com caráter descritivo e qualitativo. Neste contexto, a revisão da literatura busca discutir os resultados e significados das pesquisas anteriores, além disso, problematiza o seu impacto científico na sociedade ou em um contexto específico (GALVÃO et al., 2017).

2.1 Estratégia de Busca

Os estudos disponíveis na literatura foram identificados de janeiro de 2010 a 2021. A busca dos estudos foi realizada nas seguintes bases de dados: SciELO e Google Acadêmico. Adicionalmente, foi realizada uma busca manual por meio da análise das referências dos artigos incluídos. A busca dos artigos, dissertações, diretrizes e teses foram realizadas nos idiomas português e inglês.

Para a identificação dos artigos, foram utilizados os seguintes descritores DeCS: “mercado”, “estética”, “equipamento”, “saúde estética”, “legislação farmacêutica” “equipamentos para estética”, “legislação farmacêutica”. Cada estratégia de busca foi adaptada para cada base de dados (QUADRO1).

Base de dados	Estratégia de Busca
Google Acadêmico e Scielo	A: mercado AND estética B: equipamento AND "saúde estética" C: legislação farmacêutica AND estética

Quadro 1. Descrição da estratégia de busca

Fonte: Autor do trabalho (produzida em 2021).

2.2 Critérios de inclusão e exclusão

Os títulos e resumos dos trabalhos foram avaliados conforme os seguintes critérios de inclusão pré-definidos: (I) artigos que descrevam o mercado estético e a inserção no mercado farmacêutico; (II) artigos que caracterizam os equipamentos utilizados nos serviços de saúde estética (III) Legislação sobre a atuação do profissional farmacêutico. Comentários, editoriais, teses de doutorado, dissertações

de mestrado, artigos que não estavam em português e inglês, indisponíveis na íntegra foram categorizados como critérios de exclusão.

2.3 Análise de dados

No que diz respeito as variáveis coletadas foram definidas da seguinte forma: Legislação, mercado e atuação profissional. Com relação a análise será utilizada a estatística descritiva por meio de tabelas e gráficos, construídos no programa Excel®.

3. RESULTADOS

A triagem inicial permitiu a identificação de 50 títulos, após análise dos títulos e posteriormente os resumos 15 artigos na íntegra fizeram parte desta revisão. No que diz respeito ao delineamento dos estudos, 100% (n=15) dos trabalhos pertencem a revisões da literatura sobre o tema. Com relação as bases de dados, a maior parte dos artigos pertence ao Google Acadêmico 75% (n=10) e os outros 25% (n=5) na Scielo (GRAFICO 1).

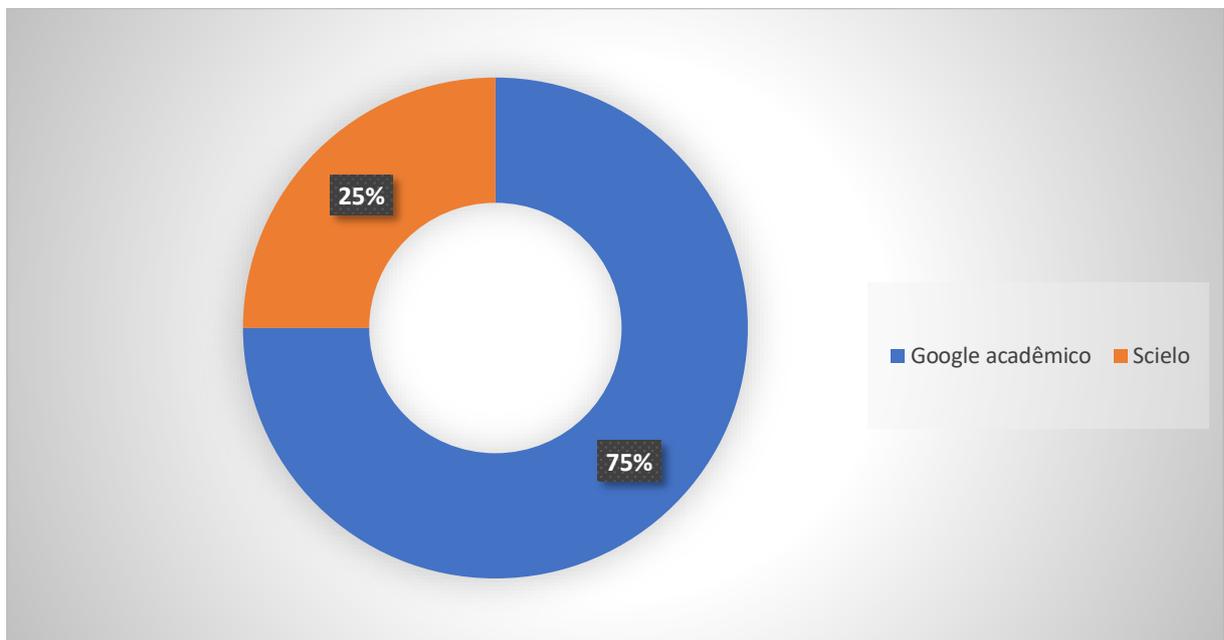


Gráfico 1. Descrição percentual das bases de dados.

Fonte: Autor do trabalho (produzida em 2021).

No que tange ao período, a maioria das publicações são referentes ao ano de 2010-2017 (GRÁFICO 2). Os seguintes eixos temáticos foram abordados nesta coletânea: legislação farmacêutica na atuação do farmacêutico esteta. Equipamentos para procedimentos estéticos, e a influência da estética na sociedade.

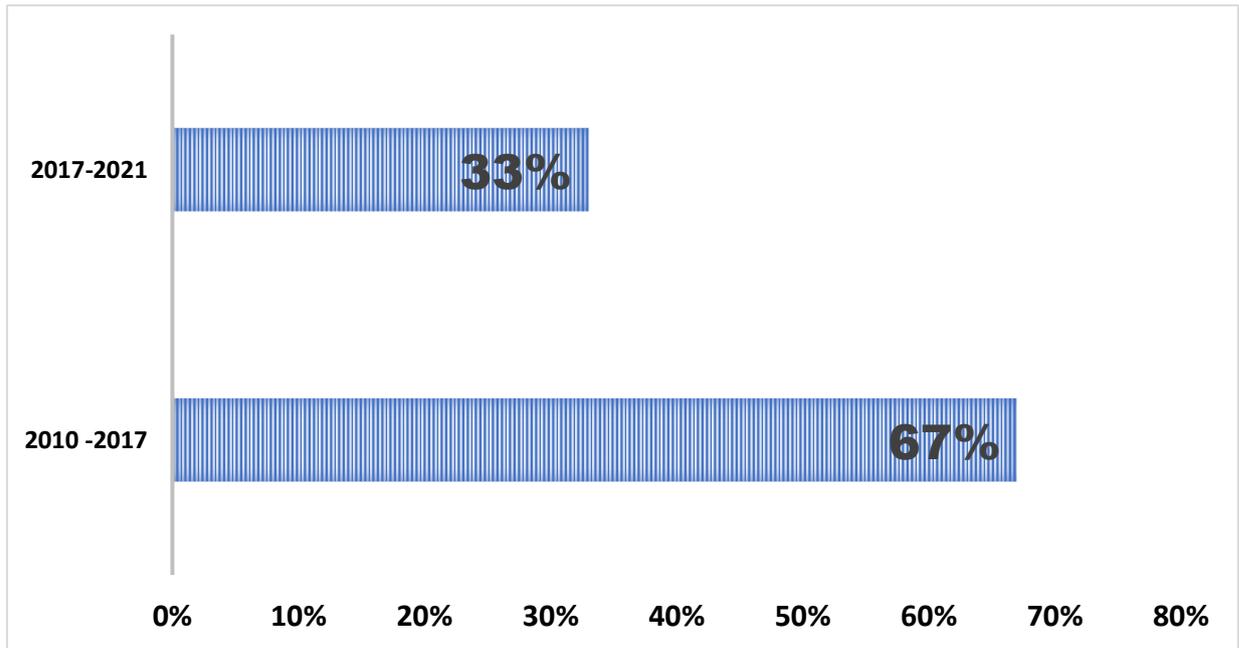


Gráfico 2. Percentual referente ao período das publicações.

Fonte: Autor do trabalho (produzida em 2021).

4. DISCUSSÃO

4.1 Estética e beleza

Desde os primeiros indivíduos da terra, a busca pela beleza é uma conquista de constância e as constantes mudanças ocorridas na sociedade moderna vêm despertando diversos alertas na comunidade científica, principalmente aquelas que denotam suas contribuições no campo da saúde. Uma dessas preocupações vem sendo a qualidade de vida no século XXI, uma vez que a população vem padecendo por diversas condições físicas e mentais que interferem no alcance dos conceitos postulados para saúde e conseqüentemente na qualidade de vida de crianças, adultos e idosos nos mais variados gêneros (GERSON, 2011).

Para Kono (2013) é nítido que a busca constante pela beleza e a vaidade começou a muito e muito tempo atrás, desde a idade antiga, quando se criavam óleos e banhos aromáticos, e alguns tipos de maquiagem e massagens. Estética é renomada como a filosofia da arte, ou estudo do que é belo nas manifestações artísticas e naturais. A estética é uma ciência que remete para a beleza e também aborda o sentimento que alguma coisa bela desperta dentro de cada indivíduo

Diante desses fundamentos percebe-se que a qualidade de vida é definida, segundo a comunidade científica como sendo a percepção do indivíduo e sociedade sobre a vida no que toca a sua abrangência e o seu bem-estar, ou seja, parte das características básicas e específicas de cada parcela individual frente ao físico, mental e social, acabando se confundindo à saúde (MORAIS, 2019).

Nesse ponto, percebe-se que essa qualidade de vida vem se distanciando em muitos povos, pois a crescente nas doenças de condição aguda e crônica tem levado a um processo de adoecimento fervoroso em âmbito mental e físico, deixando muitas pessoas impossibilitadas de realizar suas atividades diárias, causando acentuadas mudanças na sua rotina e em sua qualidade de vida. Por isso, os conceitos atuais reforçam que o processo básico para delimitação da saúde nos mais variados campos e nos princípios de uma atenção primária à saúde deve partir da promoção à saúde e ainda na prevenção a agravos como parcela contribuinte para a manutenção da qualidade de vida e do bem-estar (ALVES et. al., 2016) (FIGURA 1).

A busca pela beleza se tornou um marco da sociedade atuante moderna, a preocupação e o querer do bem estarem tornou - se uma grande realização à frente os órgãos de saúde. Esse campo de atuação acaba abrangendo margem para a estética, alavancando um leque de oportunidades para favorecimento dessa busca entre as pessoas. A rápida difusão desses procedimentos de estética e sua boa aceitação no mercado têm ocorrido devido à segurança dos procedimentos e com técnicas que aprimorem não são invasivas, com baixo risco para os cliente e atrelado, claro, a bons resultados frente ao desejado (ALVES et. al., 2016).



Figura 1. Pessoa/corpo padrão diante a sociedade.

Fonte: Autor do trabalho (produzida em 2021).

4.2 Influência da estética no mercado

Um dos mercados mais promissores no Brasil é a cosmética e beleza, nestes últimos cinco anos, o mercado de estética brasileiro cresceu 567% segundo os dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal (ABIHPEC) este levantamento mostra também que o número de profissionais com a especialidade aumentou de 72 mil para mais de 480 mil, além disso, se tornou o quarto no ranking mundial em consumo de produtos de perfumaria, higiene pessoal e cosmética.

Atualmente as farmácias e drogarias não vendem somente medicamentos e produtos ligados à medicação, encontra-se uma grande massa de cosméticos, perfumaria e dermocosméticos, produtos de cabelo e maquiagens de uma qualidade industrial impecável, entendendo isso o profissional farmacêutico é o mais apropriado para atuar nesta área. (ANVISA, 2015)

A ampliação desta área da estética em todo o país contribuiu com para um bom desempenho em todo o setor de drogarias, os produtos de Perfumaria foi o que apresentou o melhor número, atingindo alta de 22% em vendas. Higiene Pessoal seguem com alta e fechou com crescimento de 11,4%; Tratamento capilar continua em crescimento em dois dígitos +18%.No segmento de Cosméticos, a categoria de unhas foi o grande realce, com um crescimento de 8,7%; A categoria de produtos de cuidados com a pele com o corpo dispararam, com isso, os hidratantes corporais apresentaram um crescimento de 40%; Os produtos para pele do rosto, destacaram-se os tônicos faciais, com crescimento de 23%; e os produtos antiacne, com alta de 28%(ABIHPEC, 2021) (FIGURA 2).



Figura 2. Prateleiras de cosméticos nas drogarias.

Fonte: Autor do trabalho (produzida em 2021).

Com a abundância de produtos é o portal de vendas, com um bom catálogo de vendas mixado atrai a necessidade e desejo dos consumidores. Com essa perspectiva, O Brasil encontra-se em um bom posicionamento no mercado global em mercado consumidor ávido e oferta de produtos e serviços recém-chegados em procedimentos estéticos e cosméticos (FIGURA 3) (FERREIRA, 2016).

É explícito a enorme busca pelos cosméticos, protetores solares com alta tecnologia, maquiagens e procedimentos estéticos com os benefícios de ativos agregados possibilitando o bem-estar. A busca não tão somente das mulheres, os homens buscam priorizando que a faixa etária mude com os procedimentos preventivos (BOTA, 2015).



Figura 3. Biopolímero usado nos dermocosméticos.

Fonte: Autor do trabalho (produzida em 2021).

As pessoas na grande maioria buscam sempre uma melhoria para si própria e com o avanço da modernidade e da tecnologia, e as inovações corroboram com o desejo e a busca pela estética. Neste contexto, é fácil constatar o eminente

crescimento de consumidores completamente voltados ao uso de produtos e serviços oferecidos no ramo da beleza estética atualmente (KONO, 2013).

Os clientes/pacientes aclamam por novidades nos serviços e nos produtos aplicados. Tudo caracterizado como novidade chama atenção das pessoas e caso a novidade seja eficiente e agrade os clientes, acarreta no retorno do cliente e de novos consumidores indicados pelo comprador satisfeito, tal prática definida como influência (FERREIRA, 2016).

4.3 Mercado esteta

No mundo dos negócios é preciso analisar todas as inclinações, pois, a cada instante o mercado entra em constantes instabilidades nas suas perspectivas de mudanças. Sendo assim, é necessário que o empresário/empreendedor realize um plano de negócio, independente de quaisquer investimentos no mercado.

Logo, empresário/empreendedor terá que traçar os perfis dos potenciais clientes, desenvolver estratégias de execução, identificar as características diferenciais dos concorrentes, pontuar possíveis ameaças e oportunidades que tendem a surgir durante e pós-implantação do investimento. Em suma, esse plano de ação é um fator potencial para que o processo seja mais decisório e com uma maior eficácia no mercado. Estratégia essa servindo para o mundo esteta, pois, atualmente vem crescendo constantemente e procurando por esses serviços de bem-estar e beleza (PAULA, 2018).

Diante do exposto, ao adentrar e analisar o mercado da esteta, é notório o quão ele vem crescendo e trazendo consigo benefícios à saúde e aos negócios. Com isso, quando pensar em saúde estética é proporcionar a promoção, proteção, manutenção e permitir recuperar a saúde física do indivíduo, ou seja, quando a pessoa procurar por esses serviços ela vai à busca de reafirmar sua integridade física e estética, para isso, são usados fórmulas, recursos e produtos durante o procedimento, de acordo com as necessidades e características do paciente (BRASIL, 2016).

Ao se tratar de saúde, o Ministério da Saúde (MS) (2016) conceitua como um direito de viver a vida digna e ao acesso universal diante das ações e serviços de promoção, prevenção e finalidades curativas em todos os níveis assistenciais,

visando igualar todos os indivíduos independente de quaisquer doenças, etnia e entre outras.

Lima (2017) remete que a estética envolve a saúde, sendo necessário que os profissionais sejam qualificados com base técnica e teórica, pois, é veementemente perceptível que tendo esses conhecimentos é fundamental para realizar um tratamento com segurança e eficácia ao prestar os serviços ao cliente. Outrossim, é englobar e enfatizar essa problemática como uma tríade, analisando que a falta de estética e beleza num indivíduo mexe com a saúde física, psicológica e social do mesmo, quando há alteração é constatado a falta de equilíbrio emocional, infelicidade, fraqueza e falta de energia, dentre outras coisas.

Em suma, o mercado da estética vem sendo um setor muito viabilizado em todo o território nacional e internacional, movimentando e gerando evoluções em decorrência de várias questões. Ou seja, pessoas procuram por tais procedimentos estéticos por ser mais em conta e que tem os mesmos resultados de uma cirurgia plástica. Havendo uma grande diminuição de concorrência e diversificação de realizar a busca pela perfeição física (RODRIGUES, 2013).

A sociedade vive com constantes apelos da estética, como cremes, procedimentos invasivos e não invasivos, massagens, bandagens, choques e para manter ou transformar seu corpo, o modifica, buscando um cirurgião ou outro profissional de beleza como o farmacêutico (MORAIS, 2019).

Com a atenção demasiada ao capitalismo ao valor de uso dos objetos, a necessidade desses objetos oferece certa satisfação funcional, e tendo nesse valor o uso discriminado de valoração de seus produtos, pode-se refletir numa possível concepção de corpo própria da lógica industrial, que legitimaria os investimentos voltados a uma melhora do desempenho físico e na sua produção do trabalho (PAULA, 2018).

De acordo os status adquirido pela aparência corporal, que a eleva à posição de desqualificadora ou qualificadora dos indivíduos tem a reflexão como a exigência estética penetra o dia a dia nos grandes centros urbanos influencia a construção da identidade da população submetida à sua pressão (CUOCHINSKI; TOKARS, 2014).

A devoção do mundo ao mercado, o corpo passa a ser objeto manipulado por parte do mercado, por meio de um aparelho ideológico alimentado pela mídia de massa, com suas atuais estruturas de produção e consumo o que ajuda com que as pessoas desenvolvam angústias acerca de seu próprio corpo: o corpo como objeto

de consumo e como capital. Este processo mostra a necessidade de se investir no corpo com toda a determinação no sentido psicológico e econômico (CUOCHINSKI; TOKARS, 2014).

4.4 O profissional farmacêutico e sua atuação no mercado da beleza

Existem, atualmente, muitos profissionais e especializações em diversas áreas, dentre elas, encontra-se o farmacêutico. Nesse âmbito profissional, ocorrem constantes evoluções que contribuem para a adesão e modificações conceituais de novos tratamentos, além disso, como foi citado anteriormente, diante dos conhecimentos técnico-científicos, porém, o farmacêutico deve possuir conhecimento científico, intelectual, ético e processos voltados para o cuidado farmacêutico e práticas clínicas devidamente regulamentadas, de acordo com as legislações e do Conselho Federal de Farmácia (FERREIRA, 2016).

O farmacêutico esteta, nome do profissional de farmácia que atua na área de estética, deve, primeiramente, se formar na graduação em Farmácia, após esse primeiro passo para ser um profissional de sucesso nesse campo de atuação e depois especializar-se em estética.

O farmacêutico que se insere nessa área deve acompanhar o crescimento da beleza mundial; desta forma deve promover soluções estéticas e recursos terapêuticos corporais e faciais apropriados, não deixando de enfatizar a saúde como benefício primordial, uma vez que a sociedade se dispõe de padrões de beleza tidos como fatores de sobrevivência (SILVA; SOUZA; MENDES, 2019).

Ferreira (2016) explica que o farmacêutico que queira utilizar seus conhecimentos técnicos e científicos para se habilitar e promover a saúde estética, deve se dispor de recursos e instrumentos com devida apropriação para que possa proporcionar terapias adequadas que visem tratar ou amenizar os problemas de disfunções estéticas promovendo, assim além do bem estar corporal a recuperação da saúde em estados patológicos.

As diretrizes de atuação do farmacêutico no âmbito da estética estabelecem que o egresso deva estar devidamente capacitado ao exercício das atividades que envolvem a profissão e deve compor um perfil de princípios éticos para que possa compreender a sociedade em seu segmento social, cultural e econômica,

conduzindo sua atuação para oferecer serviços de qualidade (SILVA; SOUZA; MENDES, 2019).

O Farmacêutico esteta está apto a atuar em clínicas e estabelecimentos estéticos, competindo a ele a prática do cuidado farmacêutico, exercendo papel importantíssimo no cuidado de doenças crônicas não transmissíveis, promovendo o uso racional de medicamentos, identificando possíveis interações entre terapia medicamentosa e o tratamento estético (FERREIRA, 2016).

Farmacêuticos não especialistas em saúde estética, que usam de sua identidade profissional para promover as técnicas de toxina botulínica, preenchimentos dérmicos, carboxiterapia, intradermoterapia, dentre outros, cometem uma atividade ilegal, estando passíveis de sanções éticas e disciplinares. (BRASIL, 2015).

O farmacêutico esteta tem seus trabalhos voltados para proporcionar a saúde e corrigir as disfunções estéticas, utilizando para isso recursos não invasivos que atuem na melhora da qualidade de vida de seus usuários (MORAIS, 2019).

O negócio dos cosméticos está em elevação, aumentando a competitividade, reivindicando um posicionamento hábil, com boa estrutura e diferenciação de princípios ativos e resultados. O mercado do belo capacita direta e indiretamente 2,5 milhões de pessoas e vem criando atrativos para novos investimentos e negócios (ABHIPEC, 2021).

As indústrias farmacêuticas e seus fabricantes de cosméticos estão concentrados aos desejos e tendências criando e materializando produtos, revigorando o aperfeiçoamento de produtos que já existem no mercado, para a disputa acirrada entre concorrências (ANVISA, 2015)

Aguiar (2018) diz que com a evolução da medicina estética e dos dermocosmético possibilitam opções descomunais para o consumidor, levando-o cada vez mais a investir em produtos que os ajudem a atingir a padronização de beleza impostas, tornando tudo muito atrativo ao consumidor, fazendo com que as exigências da beleza os levem a consumir a cada novidade.

4.5 Legislações para atuação do farmacêutico no campo da saúde estética

As diretrizes de atuação do farmacêutico no âmbito da estética estabelecem que o egresso deva estar devidamente capacitado ao exercício das atividades que envolvem a profissão e deve se compor de um perfil de princípios éticos para que possa compreender a sociedade em seu segmento social, cultural e econômica, conduzindo sua atuação para oferecer serviços de qualidade (GODOY et. al., 2016)

Para que o farmacêutico atue nesse âmbito, é preciso que o mesmo entenda e siga toda a legislação e resoluções que ressaltem suas condutas profissionais. Dessa forma, o aborda a finalidade de trazer como o Conselho Federal de Farmácia (CFF) propôs a resolução 573/13 com o intuito de solucionar e regulamentar que as devidas imputações do farmacêutico perante seu exercício envolvem a saúde estética e de extrema responsabilidade técnica por estabelecimentos comerciais que executam atividades afins (Brasil, 2013).

As resoluções afirmam que é preciso seguir, além dos seus direitos profissionalizantes, devem aplicar os deveres, isto é, para ser responsável por estabelecer a estética comercializada deve seguir rigorosamente o que está prescrito no art. 1º e 2º da vigente resolução nº 573/13, a qual remete que:

Art. 1º. Reconhecer a saúde estética como área de atuação do farmacêutico. Parágrafo único. Na área de saúde estética, o farmacêutico poderá ser o responsável técnico por estabelecimentos nos quais se utilizam técnicas de natureza estética e recursos terapêuticos para fins estéticos, desde que não haja a prática de intervenções de cirurgia plástica, devendo estar regularmente inscrito no Conselho Regional de Farmácia de sua jurisdição (BRASIL, 2013). Art. 2º. Constituem técnicas de natureza estética e recursos terapêuticos utilizados pelo farmacêutico em estabelecimentos de saúde estética: I - avaliação, definição dos procedimentos e estratégias, acompanhamento e evolução estética; II - cosmetoterapia; III - eletroterapia; IV - iontoforese; V - laserterapia VI - luz intensa pulsada; VII - peelings químicos e mecânicos; VIII - radiofrequência estética; IX - sonoforese (ultrassom estético). Parágrafo único. O farmacêutico deve certificar-se de que o estabelecimento pelo qual assumirá a responsabilidade técnica encontra-se legalmente constituído e autorizado para o desempenho de suas atividades, especialmente junto ao Sistema Nacional de Vigilância Sanitária (SNVS). (BRASIL, 2013).

Outrossim, é a resolução CFF nº 616/15 definindo os pré-requisitos técnicos para que o exercício no âmbito da saúde estética, seja aplicado e ampliado em prol das técnicas e recursos de natureza terapêutica que tendem a utilizar métodos farmacêutico, ou seja, essa garante que o profissional utilize de forma medicamentosa ou não reconhecida pelo farmacêutico em aplicar nos indivíduos, porém, tendo ciência da forma que se devem ser aplicadas (BRASIL, 2015).

Todavia, essa vigente resolução coloca aspectos que o farmacêutico não pode se colocar em funções de médico cirurgião-plástico, realizar procedimentos

meramente invasivos que tendem a colocar e expor a vida do seu cliente em risco. Isto é, notório mencionar que a resolução diz que esses processos cirúrgicos se enquadram nesta devida resolução, pois esta técnica é meramente restrita do profissional médico com Conselho Regional de Medicina (CRM) e especialização ativo e devidamente comprovado. Sendo assim, para que o farmacêutico possa atuar como tal, é de suma importância seguir o artigo segundo da resolução 616/15, dita que:

Art. 2º – O farmacêutico é capacitado para exercer a saúde estética desde que preencha um dos seguintes requisitos: I. Ser egresso do programa de pós-graduação Lato Sensu reconhecido pelo Ministério da Educação, na área de saúde estética; 19 II. Ser egresso de curso livre na área de estética, reconhecido pelo Conselho Federal de Farmácia; III. Que comprove experiência por, pelo menos, 2 (dois) anos, contínuos ou intermitentes, sobre a qual deverá apresentar os documentos a seguir identificados, comprovando a experiência profissional na área de saúde estética (BRASIL, 2015).

Ademais, para complementar a legislação anterior, o CFF impulsionou uma nova resolução a fim de esclarecer e pontuar necessidades em que o farmacêutico precisa para se tornar um esteticista. Sendo assim, a nova resolução nº 645 de 27 de julho de 2017, que apresenta uns requisitos vigentes no seu presente artigo 2º e 3º, abordando sobre quaisquer responsabilidades e capacitação do farmacêutico deve conter as seguintes exigências:

Art. 2º - O farmacêutico é capacitado para exercer a saúde estética, desde que preencha um dos seguintes requisitos: I. ser egresso de programa de pós-graduação lato sensu reconhecido pelo Ministério da Educação, na área de saúde estética; II. ser egresso de curso livre de formação profissional em saúde estética reconhecido pelo Conselho Federal de Farmácia (CFF), de acordo com os referenciais mínimos definidos em nota técnica específica, disponível no sítio eletrônico do CFF (RESOLUÇÃO, 2017) Art. 3º Em função da habilitação o profissional farmacêutico, é o responsável técnico para compra e utilização das substâncias e equipamentos necessários para os procedimentos estéticos em consonância com a sua capacitação profissional (BRASIL, 2017).

4.6 Serviços Farmacêuticos na área esteta

Deixando ainda mais concreto o que foi descrito, atuar no âmbito da saúde estética, em clínicas, consultórios ou até mesmo spas, o profissional precisa incorporar esse novo perfil de farmacêutico exigido para o desempenho de suas práticas clínicas (FIGURA 3). Precisa também considerar e adquirir todas as habilidades e competências necessárias para selecionar e executar todas as

técnicas e recursos utilizados em um estabelecimento de saúde estética. Assim, é possível prover ao paciente um tratamento seguro e eficaz (LIMA, 2017).



Figura 4. Atuação farmacêutica na saúde estética.

Fonte: Autor do trabalho (produzida em 2021).

4.7 Legislações para atuação do farmacêutico no campo da saúde estética

As duas resoluções que regulamentam a atuação do farmacêutico na saúde estética elencam as seguintes técnicas ou recursos estéticos passíveis de serem realizados ou utilizados pelo farmacêutico esteta nos estabelecimentos de saúde estética: Avaliação, definição dos procedimentos e estratégias, acompanhamento e evolução estética; Cosmetoterapia; Peelings químicos e mecânicos; Sonoforese (ultrassom estético); Eletroterapia; Iontoforese; Radiofrequência estética; Criolipólise; Luz intensa pulsada; Laserterapia; Carboxiterapia; Agulhamento e microagulhamento estéticos; Toxina botulínica; Preenchimentos dérmicos; Intradermoterapia e mesoterapia (FIGURA 5).



Figura 5. Equipamentos/Aparelhos para as técnicas usadas na estética.

Fonte: ICTQ (2018).

Neves (2012) expõe que à frente dos procedimentos, o farmacêutico esteta deve realizar uma avaliação física do paciente para identificar as possíveis disfunções estéticas corporais, capilares, faciais e outras partes cutâneas, seguidamente uma avaliação global do paciente, a fim de verificar suas condições de saúde e possíveis sensibilidades à técnica de tratamento escolhida, é sua responsabilidade acompanhar os efeitos dos procedimentos e a evolução estética do paciente.

A indústria da beleza nas últimas décadas investiu milhares de dólares em tecnologia, ofertando tratamentos estéticos faciais e corporais, justamente aos produtos de cosméticos, para proporcionar ao público alvo esses resultados almejados, que não visam somente a procura de um corpo bonito e perfeito, mas também uma melhora psicológica na autoestima (Brasil, 2013).

O sujeito se resiste ao envelhecimento natural do corpo humano e busca o domínio sobre sua aparência e seu físico, aumentando sua autoestima através da procura pela mudança estética corporal, o belo não é questão genética, mas sim de transformações (GERSON, 2011).

Lima, 2017 declara que existem os recursos estéticos manuais que são procedimentos que farmacêutico esteta pode realizar sem a ajuda de aparelhos,

como: Drenagem Linfática Manual (DML): com movimentos específicos, a DML serve para abrir os vasos linfáticos e permitir que a sobra de fluido drene e volte para os nódulos linfáticos, diminui o inchaço do corporal; Massagens terapêuticas: usadas diferentes técnicas, ajuda tanto no relaxamento como no bem-estar e ajuda para a recuperação de problemas de saúde, ferimentos e traumas; Por sim a massagem modeladora: é uma massagem com movimentos fortificados e maior para reduzir gordura. (MORAIS, 2019)

Não é dada a importância de quais procedimentos possam ter altos custos emocionais, físicos e/ou financeiros, é justificado amplamente. O que relaciona com que o justo e bom, é perfeitamente belo, enquanto o malvado é feio, relacionando-se à aparência física das pessoas, em uma estranha ilusão acreditarem que a beleza é bondade. (NEVES, 21012)

A indústria farmacêutica juntamente com as mídias expressão a ideia do corpo perfeito padronizado estimulando a busca por modos que tragam a satisfação pessoal através destes ideais padronizadas, despertando inseguranças devido às pressões cobradas socialmente para que haja a aceitação por suas adequações aos padrões estéticos (ANVISA, 2015) (FIGURA 5)

Sendo assim, o profissional de estética ou o farmacêutico esteta é cobrado a investir em atualizações e aperfeiçoamentos constantes, visto que o mercado da estética está em grande crescimento e a cada dia novos cosméticos, tratamentos e tecnologias vão surgindo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível entender que os consumidores são influenciados por indivíduos que possuem alto engajamento em seus canais online e exercem influência na tomada de decisão para compra de produtos desse segmento. As mídias sociais não são apenas meios de comunicação, agora se tornaram ferramentas com enorme potencial para o desenvolvimento do marketing digital e o aprimoramento do relacionamento com o cliente.

O mercado de beleza vem crescendo a cada ano requerendo cada vez mais profissionais para essa área, como é o caso dos farmacêuticos, resguardados e atuantes mediante as resoluções no 573 de 2013, no 616 de 2015 e no 645 de 2017.

Nesta revisão pode-se inferir que o profissional farmacêutico, está inserido na saúde estética, contudo há necessidade de mais estudos que avaliem os serviços e padronizem as metodologias dos procedimentos.

Por fim, conclui-se que no cenário tecnológico contemporâneo, de alguma forma, todos acabam se entregando aos prazeres do consumo. Cabe à sociedade entender o que precisa ser desconstruído do padrão para que todos se sintam bem e tenham uma boa qualidade de vida.

REFERÊNCIAS

ABIHPEC – Associação Brasileira da Indústria da Higiene Pessoal, **Perfumaria e Cosméticos**, 2021.

AGUIAR, Adriana. Instagram: **saiba tudo sobre esta rede social!**. Rock Content, 2018.

ALVES, H. H. S., et al. **Atuação do farmacêutico na saúdeestética**. Mostra Científica da Farmácia, Quixadá, 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS. **Panorama do setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos**. 2019.

BOTA, Fatima B. **Atributos da qualidade: um estudo exploratório em serviços de estética e beleza**. Rio de Janeiro, 2015.

BRASIL. **Atribuições do farmacêutico no exercício da saúdeestética**. Conselho Federal de Farmácia (CFF). Resolução N° 573 de 22 de maio de 2013.

BRASIL. **Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo**. Secretaria dos Colaboradores. Comissão Assessora de FarmáciaEstética. FarmáciaEstética. / Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo. – São Paulo: Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo, 2016. 44 p.; 20 cm. - - ISBN 978-85-63931-83-2

BRASIL. **Resolução no 616, de 25 de novembro de 2015**. Conselho Federal de Farmácia (CFF). Brasília. 2015.

CUOCHINSKI, Suelen; TOKARS, Eunice. **A importância da padronização de medidas corporais em centros de estética**. Curitiba - PR, 2014.

FERREIRA, B. R. **A atuação do farmacêutico e a legislação na saúdeestética**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento, ano 1, v. 8, p. 93- 8, 2016.

GERSON, Joel. [et al.]; **Fundamentos de estética 4: estética**; [tradução EZ2Translate] – São Paulo: Cengage Learning, 2011.

GODOY, I. M.; et al. **A atuação do farmacêutico na saúdeestética**. Revista eletrônica de trabalhos acadêmicos universo, n. 3. Goiânia, 2016.

LIMA, J. R. **Recursos terapêuticos utilizados pelo farmacêutico na saúdeestética**. FAEMA. Rondônia, 2017.

MORAIS, D. R. P. **A percepção dos acadêmicos do curso de farmácia sobre a atuação do farmacêutico na saúdeestética.** Faculdade de Enfermagem Nova Esperança de Mossoró. Mossoró-RN, 2019.

PAULA, A. A. de.; ENDO, G. Y.; PASCHOALOTTO, M. A. C. **ANÁLISE DO MERCADO DE PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS: A IMPORTÂNCIA DE CONHECER SEU PÚBLICO-ALVO.** ColloquiumSocialis, Presidente Prudente, v. 02, n. Especial 2, Jul/Dez, 2018, p.493-500 DOI: 10.5747/cs.2018.v02.nesp2.s0326 OK

BRASIL. Resolução no 573, de 22 de maio de 2013. **Dispõe sobre as atribuições do farmacêutico no exercício da saúdeestética e da responsabilidade técnica por estabelecimentos que executam atividades afins.** Diário Oficial da União, Brasília, Seção 1, p. 180.

BRASIL. Resolução no 616, de 25 de novembro de 2015. **Define os requisitos técnicos para o exercício do farmacêutico no âmbito da saúdeestética, ampliando o rol das técnicas de natureza estética e recursos terapêuticos utilizados pelo farmacêutico em estabelecimentos de saúdeestética.** Diário Oficial da União. Brasília-DF, 2015,33Seção 1, p. 228.

BRASIL. Resolução no 645, de 27 de julho de 2017. **Dá nova redação aos artigos 2o e 3º e inclui os anexos VII e VIII da Resolução/CFF no 616/15.** Diário Oficial da União. Brasília-DF, 2017, Seção 1, p. 326.

RODRIGUES, M. **O Gordo, o belo e o feio: O embate entre a obesidade e os padrões estéticos,** 2013.

SILVA, Simone Souza; SOUZA, Robson Oliveira de; MENDES, Gabriel Leão. **Análise do marketing digital nas diretrizes empresariais.** Caderno Profissional de Marketing, v. 7, n. 1, p. 75-90, jan/março 2019.

KONO, B. Ruga, **barriga de chope, pelos.** O que eles procuram nas clínica de estética? 2013.

	Andrade, Beatriz Silva, 1998
	Influência da estética para o mercado farmacêutico/ Beatriz Silva de Andrade. - Paripiranga, 2021.
	32 f.: il.
	Orientador (a): Profº. MScº. Fábio Kovacevic Pacheco
	Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Farmácia) – UniAGES, Paripiranga, 2021.
	1. Estética. 2. Farmacêutico esteta. 3. Saúde estética. 4. Legislação Farmacêutica. I. Título. II. UniAGES