REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

ANÁLISE DO PERFIL DE COMERCIALIZAÇÃO DE SUPLEMENTOS ALIMENTARES EM UMA DROGARIA COMUNITÁRIA

ANALYSIS OF THE MARKETING PROFILE OF DIETARY SUPPELEMENTS IN A COMMUNITY PHARMACY

ANÁLISIS DEL PERFIL DE COMERCIALIZACIÓN DE SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS EN UNA FARMACIA COMUNITARIA

Atheyson Pereira Sales
Acadêmico de Farmácia, Centro Universitário Santo Agostinho (UNIFSA), Brasil
E-mail: salesatheyson@gmail.com

Maria Gabriela Dias Moura
Acadêmica de Farmácia, Centro Universitário Santo Agostinho (UNIFSA), Brasil
E-mail: gdias7486@gmail.com

Lyghia Maria Araújo Meirelles
Doutora em Desenvolvimento e Inovação Tecnológica de Medicamentos, Docente do Centro Universitário Santo Agostinho (UNIFSA), Brasil
E-mail: lyghiamaria@unifsa.com.br

Resumo

O consumo de suplementos alimentares tem aumentado significativamente nos últimos anos, impulsionado pela busca por saúde, estética e melhor desempenho físico. Diante desse cenário, o presente estudo teve como objetivo analisar o perfil de comercialização de suplementos alimentares em uma drogaria comunitária local de Teresina-PI, no período de março a setembro de 2025. Trata-se de um estudo observacional, descritivo e retrospectivo, realizado com base em registros de vendas

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

do estabelecimento, contemplando as categorias, quantidades e formas farmacêuticas dos produtos comercializados. Foram registradas 1.881 unidades vendidas no período analisado, distribuídas em dez categorias distintas. As classes mais comercializadas foram os suplementos voltados ao suporte imunológico (20,4%), hepatoprotetores (16,3%) e os destinados ao ganho de massa muscular (15%), refletindo o predomínio de motivações estéticas e preventivas no consumo. Observou-se que as formas farmacêuticas líquidas representaram a maioria das vendas, seguidas das sólidas, destacando-se pela praticidade e preferência dos consumidores. O estudo evidencia que fatores como influência midiática, sazonalidade e facilidade de acesso contribuem para o aumento do consumo, muitas vezes sem a devida orientação profissional. Assim, ressalta-se a importância da atuação do farmacêutico na promoção do uso racional e seguro desses produtos. Conclui-se que a farmácia comunitária exerce papel essencial na educação em saúde e que a presença ativa do farmacêutico é indispensável para garantir o consumo consciente e responsável de suplementos alimentares, contribuindo para a saúde pública.

Palavras-chave: Suplementos alimentares; Comercialização; Farmácia comunitária; Uso racional; Farmacêutico.

Abstract

The consumption of dietary supplements has increased significantly in recent years, driven by the pursuit of health, aesthetics, and improved physical performance. In this context, the present study aimed to analyze the marketing profile of dietary supplements in a community pharmacy located in Teresina-PI, Brazil, from March to September 2025. This is an observational, descriptive, and retrospective study based on sales records from the establishment, covering the categories, quantities, and pharmaceutical forms of the products sold. A total of 1,881 units were registered during the analyzed period, distributed across ten different categories. The most sold classes were those aimed at immune support (20.4%), hepatoprotectors (16.3%), and muscle gain (15%), reflecting a predominance of aesthetic and preventive motivations in consumption. Liquid dosage forms accounted for most sales, followed by solid forms, standing out for their practicality and consumer preference. The study shows that factors such as media influence, seasonality, and easy access contribute to increased consumption, often without proper professional guidance. Therefore, the pharmacist's role in promoting the rational and safe use of these products is essential. It is concluded that community pharmacies play a fundamental role in health education and that the active presence of the pharmacist is indispensable to ensure conscious and responsible consumption of dietary supplements, contributing to public health.

Keywords: Dietary supplements; Marketing; Community pharmacy; Rational use; Pharmacist.

Resumen

El consumo de suplementos alimenticios ha aumentado significativamente en los últimos años, impulsado por la búsqueda de salud, estética y un mejor rendimiento físico. En este contexto, el presente estudio tuvo como objetivo analizar el perfil de comercialización de suplementos alimenticios en una farmacia comunitaria ubicada en Teresina-PI, Brasil, durante el período de marzo a septiembre de 2025. Se trata de un estudio observacional, descriptivo y retrospectivo, basado en los registros de ventas del establecimiento, que abarca las categorías, cantidades y formas farmacéuticas de los productos comercializados. Se registraron un total de 1.881 unidades durante el período analizado, distribuidas en diez categorías distintas. Las clases más vendidas fueron las destinadas al soporte inmunológico (20,4%), hepatoprotectoras (16,3%) y al aumento de masa muscular (15%), reflejando

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

un predominio de motivaciones estéticas y preventivas en el consumo. Las formas farmacéuticas líquidas representaron la mayoría de las ventas, seguidas de las sólidas, destacándose por su practicidad y preferencia entre los consumidores. El estudio evidencia que factores como la influencia mediática, la estacionalidad y la facilidad de acceso contribuyen al aumento del consumo, muchas veces sin la debida orientación profesional. Por lo tanto, se resalta la importancia del papel del farmacéutico en la promoción del uso racional y seguro de estos productos. Se concluye que la farmacia comunitaria desempeña un papel esencial en la educación en salud y que la presencia activa del farmacéutico es indispensable para garantizar un consumo consciente y responsable de suplementos alimenticios, contribuyendo a la salud pública.

Palabras clave: Suplementos alimenticios; Comercialización; Farmacia comunitaria; Uso racional; Farmacéutico.

1. Introdução

Nos últimos anos, o consumo de suplementos alimentares tem se tornado um hábito muito comum entre a população de todo o mundo, impulsionado pela busca por uma melhor qualidade de vida, estética corporal e desempenho físico. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos para Fins Especiais e Congêneres (ABIAD), cerca de 59% dos brasileiros consomem algum tipo de suplemento alimentar, dividindo esse consumo entre diferentes faixas etárias e classes sociais (ABIAD, 2020). Nesse cenário, evidencia-se o fortalecimento de um mercado que está diretamente associado às novas tendências de saúde, nutrição, prevenção de doenças e alegações estéticas.

Em atenção a essa tendência, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), por meio da Instrução Normativa nº 76/2020, estabeleceu parâmetros técnicos sobre composição, rotulagem e alegações permitidas para suplementos alimentares, buscando garantir maior segurança e padronização no setor (ANVISA, 2020). No entanto, o cuidado não deve se limitar à regulamentação dos suplementos alimentares. Dessa forma, medidas que assegurem o seu uso adequado são essenciais para que a saúde dos consumidores seja preservada.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

Nesse contexto, destaca-se a importância do profissional farmacêutico no uso racional desses produtos. De acordo com a Resolução nº 661/2018 do Conselho Federal de Farmácia (CFF), a qual dispõe sobre o cuidado farmacêutico relacionado a suplementos alimentares, fica evidente que o farmacêutico, juntamente com uma equipe multiprofissional, deve atuar de forma ativa na orientação da população quanto à escolha adequada do suplemento, à forma correta de uso, à dosagem, ao momento de consumo e às possíveis interações com a alimentação ou com outros produtos utilizados (CFF, 2018).

Portanto, torna-se relevante analisar o perfil de comercialização desses suplementos em contextos locais, como as drogarias comunitárias. Esses estabelecimentos são caracterizados como um dos principais pontos de acesso da população a esses produtos. Uma pesquisa recente demonstrou que há uma concentração nas vendas de suplementos proteicos, termogênicos e multivitamínicos, especialmente entre o público jovem e praticante de atividades físicas (MORETTI et al., 2018). Além disso, fatores sazonais, como períodos associados ao aumento da prática esportiva ou campanhas de saúde, podem influenciar a demanda e o perfil de compra.

Diante disso, o presente trabalho propõe realizar uma análise do perfil de comercialização de suplementos alimentares em uma drogaria comunitária na capital do Piauí. A pesquisa busca identificar os produtos mais vendidos, suas categorias, tendências de consumo e possíveis fatores associados. Espera-se que os resultados possam contribuir para estratégias de orientação farmacêutica mais eficazes.

2. Revisão da Literatura

2.1 Conceito e Classificação dos Suplementos Alimentares

Suplementos alimentares são definidos como produtos para ingestão oral destinados a suplementar a alimentação de indivíduos saudáveis com nutrientes, substâncias bioativas, enzimas ou probióticos, isolados ou combinados. Atualmente, tanto a comercialização, quanto a formulação de um suplemento alimentar são

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

regulamentadas pela ANVISA, por meio de diretrizes que garantem a eficácia, segurança e qualidade do produto a ser comercializado. A RDC nº 243, de 26 de julho de 2018 estabeleceu a padronização quanto a composição dos suplementos, designando os componentes permitidos, o seu limite de uso, e a exigência de rotulagem adequada para evitar que o consumidor seja lesado (BRASIL, 2018).

Embora os suplementos alimentares tenham sua definição bem estabelecida na legislação, o público consumidor e alguns profissionais de saúde ainda encontram certa dificuldade em distingui-los dos alimentos funcionais e medicamentos. Suplementos alimentares caracterizam-se como fontes concentradas de nutrientes, ou compostos bioativos, com o objetivo de complementar a dieta de um indivíduo em caso de deficiência metabólica ou fisiológica, e não devem alegar efeito terapêutico ou substituição de tratamento médico (MACEDO; FERREIRA, 2021).

Os suplementos alimentares se diferenciam tanto dos alimentos funcionais quanto dos medicamentos por sua finalidade e composição. Enquanto os alimentos funcionais apresentam compostos biologicamente ativos que podem auxiliar na prevenção de doenças, os suplementos têm a função principal de complementar a dieta com nutrientes específicos (MORAIS et al., 2006). Já os medicamentos, por sua vez, são produtos destinados ao tratamento, diagnóstico ou cura de doenças, sendo submetidos a rigorosos ensaios clínicos e controle sanitário (MOLÍN et al., 2019).

Em relação às categorias de suplementos alimentares, a literatura cita várias classes comumente encontradas no mercado. Entre elas estão as vitaminas e minerais, cujo objetivo é prevenir ou suprir carências nutricionais de micronutrientes (MATSUMOTO et al., 2015); as proteínas e aminoácidos, como, por exemplo, whey protein, creatina, BCAA, entre outros, voltados para hipertrofia, suporte e recuperação muscular em praticantes de atividades físicas (ANVISA, 2018); termogênicos, ergogênicos e estimulantes, que alegam acelerar o metabolismo ou favorecer a perda de peso, assim como também melhorar o desempenho esportivo (PEÇANHA; FRIGERI; SILVA FILHO, 2017); e os probióticos, que visam proporcionar benefício à microbiota intestinal e funções digestivas ou imunológicas

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

(RAIZEL et al., 2011). Molín et al. (2019) revelam sobre o uso expressivo de vitaminas/minerais, proteínas, termogênicos e tantos outros produtos com alegações de melhoria à saúde e desempenho físico, bem como a preocupação do uso indiscriminado desses produtos pela população.

2.2 Panorama do Consumo de Suplementos Alimentares no Brasil e no Mundo

Atualmente, o consumo de suplementos alimentares no Brasil mostra-se em crescimento consistente. De acordo com o ABIAD, houve um aumento de 8,1% no consumo de suplementos alimentares e vitamínicos no período de janeiro e setembro de 2023 em comparação ao mesmo período de 2022. Ademais, segundo a mesma pesquisa, aproximadamente 59% dos lares brasileiros contam com pelo menos uma pessoa que faz o uso de algum tipo de suplemento, demonstrando um aumento expressivo em relação a 2015. Esse cenário reflete tanto uma mudança de hábito motivada por uma busca por melhor qualidade de vida, melhor desempenho físico e questões estéticas, assim como pela maior divulgação e facilidade de acesso a esses produtos.

Por sua vez, os dados globais corroboram a tendência de crescimento do mercado de suplementos, especialmente em segmentos de performance física, estética e saúde imunológica. No Oriente Médio, estima-se que o mercado de suplementos alimentares alcance US$ 4,9 bilhões até 2030, com um crescimento anual de 7,3% entre 2025 e 2030 (AL TURKI et al., 2023). No entanto, há desafios e pontos críticos que emergem desse panorama.

De acordo com Al Turki et al. (2023), há uma preocupação crescente com a regulação, segurança, veracidade das alegações nos rótulos e risco de interações ou uso excessivo dos suplementos alimentares. Uma pesquisa com acadêmicos da área da saúde em um centro universitário de Caxias do Sul mostra que 46,6% dos alunos relataram que consomem suplementos, dentre esses, 37,8% fazem o uso por "conta própria", ou seja, sem o acompanhamento ou prescrição de um profissional da saúde (BRENELLO; HOEFEL, 2023).

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

Nesse contexto, observa-se que o consumo de suplementos alimentares é mais prevalente entre os praticantes de atividade física, por exemplo. De acordo com uma pesquisa realizada com frequentadores de uma academia de musculação em Curitiba, 59,5% dos praticantes faziam o consumo de whey protein, 54,4% consumiam creatina, 31,6% faziam uso sem orientação de um profissional, e apenas 29,1% eram orientados e acompanhados por nutricionistas (EVINCI, 2023). Esses dados evidenciam o quanto a popularização dos suplementos alimentares no ambiente esportivo pode levar ao uso indiscriminado e a possíveis riscos à saúde, caso não haja um acompanhamento profissional adequado (MOREIRA; RODRIGUES, 2014).

Há também dados que evidenciam modificações no padrão de consumo impulsionados por fatores como prevenção à saúde. De acordo com o levantamento da ABIAD, 48% dos brasileiros que faziam uso de suplementos afirmaram ter aumentado o consumo durante a pandemia de Covid-19, motivados pelo desejo de fortalecer o sistema imunológico e, consequentemente, evitar infecções. Os suplementos mais procurados neste período foram os multivitamínicos, vitamina C e vitamina D. Além disso, estudo realizado com estudantes universitários em diversas regiões do Brasil revelou que 70,52% consumiram suplementos vitamínicos e minerais durante a pandemia, 29,47% buscavam melhorar a imunidade e 16,31% consumiram por iniciativa própria (FERREIRA et al., 2024).

2.3 O papel do farmacêutico na orientação e no uso racional de suplementos

O profissional farmacêutico possui um papel central na promoção do uso racional de suplementos alimentares, atuando como um elo de informações entre o usuário e o produto. Conforme a Resolução nº 661/2018 do Conselho Federal de Farmácia (CFF), o profissional deve orientar sobre a seleção adequada, posologia, momento de uso e as possíveis interações com medicamentos e alimentos, além de avaliar os riscos e benefícios de cada produto. O CFF (2018) destaca também que em um contexto multiprofissional, cabe ao farmacêutico atuar na promoção do uso racional de suplementos alimentares, considerando as necessidades e

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

condições de saúde do usuário. Essa regulamentação reforça a importância do farmacêutico também na educação em saúde.

Com o crescimento do mercado de suplementos, a presença do farmacêutico tornou-se ainda mais necessária. Segundo o Conselho Regional de Farmácia da Bahia (2024), o setor teve “alta de 39,3% no faturamento e crescimento de 17,8% no volume de vendas até julho de 2024”, o que exige orientação profissional para garantir o uso seguro e eficaz (CRF-BA, 2024). Diante disso, estudos ressaltam que 50% dos consumidores compram suplementos em farmácias, ou seja, o farmacêutico será o profissional que poderá intervir e esclarecer dúvidas imediatamente antes da aquisição (LEÃO et al., 2025).

Nesse sentido, a função do farmacêutico inclui anamnese, identificação de comorbidades e de uso concomitante de medicamentos que possam interagir com suplementos. Entre praticantes de atividade física, por exemplo, o uso indiscriminado de suplementos alimentares acarreta riscos como sobrecarga renal, hepatotoxicidade, efeitos adversos cardiovasculares, além de interações com medicamentos prescritos (AGUIAR et al., 2023).

Muitos usuários de suplementos alimentares os utilizam concomitantemente com fármacos sem buscar orientação profissional (25,4% a 72,2%), segundo CHIBA (2023). Assim, cabe ao farmacêutico avaliar o benefício esperado e os fatores de risco individuais (idade, função renal/hepática, polifarmácia, condições crônicas). Ademais, deverá orientar o modo de uso, possíveis interações com medicamentos, além de alertar quanto à necessidade de acompanhamento clínico regular (SILVA; LINS; ALVES, 2024).

Por fim, uma recente pesquisa aponta lacunas no conhecimento do consumidor sobre suplementos alimentares e a necessidade de ampliação da atuação do farmacêutico nas farmácias comunitárias para instruir os usuários (FORGERINI et al., 2024). Ademais, as regulamentações da Anvisa reforçam que suplementos alimentares são destinados a pessoas saudáveis e que, em pessoas doentes ou com condições específicas, devem procurar um profissional de saúde habilitado para receber orientações de consumo (ANVISA, 2020). Nesse sentido, é importante garantir que o usuário compreenda que o suplemento não substitui

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

alimentação equilibrada nem tratamento prescrito.

2.4 Fatores que influenciam a comercialização de suplementos em drogarias

A regulamentação é um dos principais pilares para a comercialização de suplementos alimentares em drogarias. De acordo com a ANVISA, “os suplementos alimentares são destinados a pessoas saudáveis e sua finalidade é complementar a alimentação, não sendo apropriados para tratar ou curar doenças” (ANVISA, 2018). A agência também estabelece limites de uso para vitaminas, minerais e substâncias bioativas, assim como regras claras de rotulagem, alegações e composição, de modo a garantir a segurança e evitar enganos ao consumidor (PEREIRA; BAJO, 2012). Essas exigências regulatórias de composição, rotulagem e alegações influenciam diretamente o que as drogarias podem ofertar em termos de produtos e como os profissionais devem conduzir a orientação ao usuário.

Além dos aspectos comportamentais, o acesso facilitado a esses produtos também se torna um fator determinante. A presença de suplementos nas prateleiras das drogarias, muitas vezes próximos aos medicamentos, estimula o consumo imediato e a automedicação (SOUSA, 2022). O consumo desses suplementos também é fortemente influenciado pelas mídias, reforçando a importância de estratégias de controle e informações mais eficazes nas drogarias (GONÇALVES et al., 2017).

Suplementos que trazem alegações de benefícios à saúde, embalagens atrativas e nomes comerciais que remetem a energia, emagrecimento ou força física são mais procurados pelos consumidores. Ademais, muitos produtos são apresentados em formas farmacêuticas não convencionais, com alegações de propriedades funcionais e saúde, aproximando a sua imagem à medicamentos, e reforçando a sua eficácia (PEREIRA; BAJO, 2012). Além disso, um estudo constatou que rótulos pouco claros e inconsistentes podem prejudicar a compreensão dos consumidores e induzir à escolha incorreta do produto, evidenciando que a rotulagem e o apelo visual são decisivos para o aumento das vendas (AREVALO et al., 2022).

Por fim, as tendências de mercado e a influência midiática também possuem papel expressivo nesse processo de comercialização. A divulgação de

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

influenciadores digitais e a popularização de estilo de vida fitness e saudável ampliam a demanda e consolidam novos nichos de mercado. Dito isso, é possível observar que o comportamento de compra no varejo farmacêutico está cada vez mais atrelado a fatores de conveniência, marca e percepção de benefício imediato (MELO et al., 2021).

Sousa e Freitas (2017) destacam que a mídia desempenha papel essencial nesse processo, pois "a construção de um corpo ideal masculino está diretamente associada ao consumo de produtos que prometem força, virilidade e performance", reforçando o vínculo entre estética e consumo. Dados da Revista da Farmácia (2023) também mostram que 60% dos homens brasileiros consomem suplementos alimentares, sendo diretamente influenciados pela mídia digital e pela valorização estética corporal. Dessa forma, fica evidente que a combinação entre busca pela saúde, influência midiática, facilidade de acesso e estratégias comerciais torna as drogarias um dos principais pontos de compra desses produtos no Brasil.

3. Metodologia

3.1. Caracterização do estudo

O presente trabalho trata-se de um estudo observacional, descritivo e retrospectivo, visando analisar o perfil de comercialização de suplementos alimentares em uma drogaria comunitária, situada no bairro Dirceu II, zona Sudeste de Teresina-Piauí, durante o período de março a setembro de 2025.

3.2. Amostra

A amostra foi composta pelos suplementos alimentares comercializados na drogaria durante o período determinado. Dessa forma, foram incluídos os produtos registrados/rotulados como *suplemento alimentar* conforme rótulo do fabricante ou categorização da ANVISA, de diferentes marcas e categorias, incluindo vitaminas, minerais, proteínas, aminoácidos, probióticos e compostos multifuncionais. Foram excluídos os alimentos convencionais, medicamentos e nutracêuticos que contivessem as substâncias previstas na legislação, porém pertencentes a outras

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

categorias. Dessa forma, a amostra é considerada não probabilística e por conveniência, já que se baseia na totalidade dos dados disponíveis no estabelecimento.

3.3. Coleta de dados

Os dados foram obtidos a partir dos registros de vendas da drogaria, referentes ao período de março a setembro de 2025, considerando as variáveis: tipo de suplemento, quantidade vendida, mês da venda, categoria e forma farmacêutica.

3.4. Análise de dados

As informações foram organizadas e analisadas no Microsoft Excel, utilizando estatística descritiva. Além disso, foi realizada uma pesquisa bibliográfica nas bases Google Acadêmico, SciELO e PubMed para embasar teoricamente a análise e a discussão dos resultados.

4. Resultados e Discussão

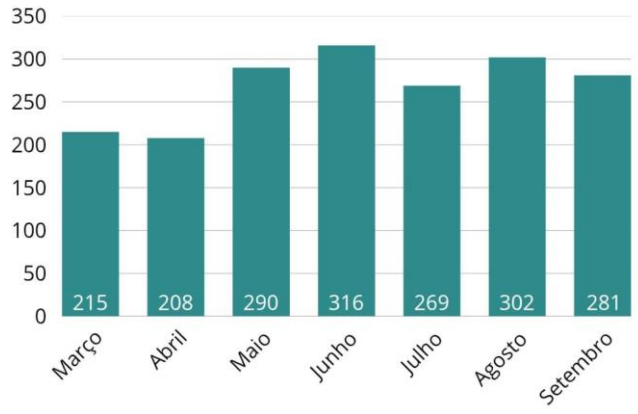
De acordo com o levantamento das vendas de suplementos alimentares no período analisado, foi registrado um total de 1.881 unidades comercializadas entre os meses de março e setembro de 2025. A partir desses dados, foi possível identificar tendências de consumo e possíveis fatores associados à escolha dos suplementos, os quais foram classificados em 10 categorias distintas, de acordo com a sua função e atuação.

Conforme visto na Figura 1, observa-se uma oscilação nas vendas, iniciando com 215 suplementos vendidos no mês de março, atingindo o pico de comercializações no mês de junho, com 316 unidades vendidas.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

Figura 1 – Quantidade de suplementos alimentares comercializados de março a setembro de 2025.



Fonte: Autoria Própria, 2025.

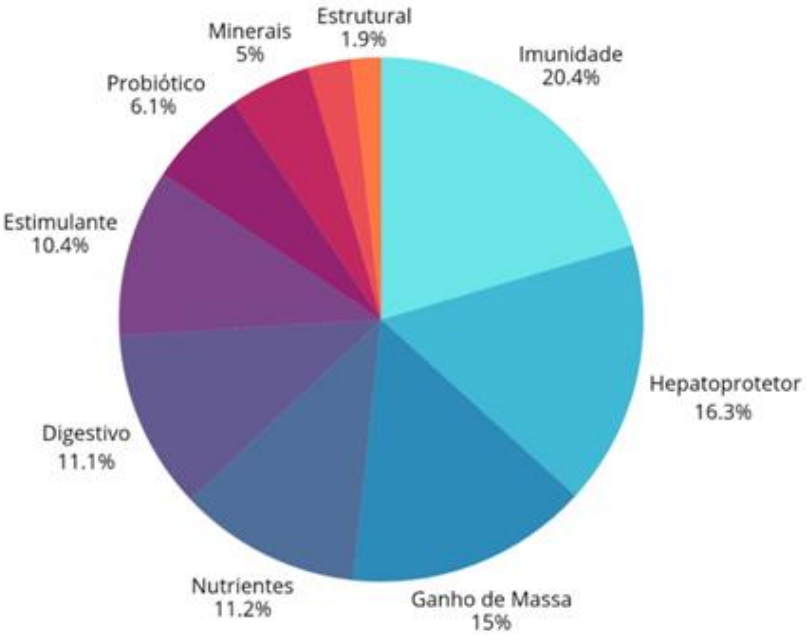
De um modo geral, há um aumento nas vendas a partir do terceiro bimestre (maio/junho), mantendo-se relativa estabilidade nos meses seguintes do estudo. Os resultados demonstram a dinâmica de consumo do período avaliado, provavelmente influenciada por fatores comportamentais e campanhas de vendas. Em suma, a análise das categorias de suplementos revelou um padrão consistente do perfil de consumo da drogaria dentro do período estudado. Ao consolidar os resultados das dez categorias analisadas, foi possível observar a predominância em três principais classes, destacando-se tanto pelo volume de vendas, quanto pela constância no decorrer do recorte.

A Figura 2 apresenta os suplementos mais comercializados, com destaque para aqueles com apelo voltado ao suporte imunológico, totalizando 384 unidades vendidas durante o período analisado. Em seguida, figuram os protetores hepáticos, com 307 unidades, e os suplementos para ganho de massa, com 282 unidades.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

Figura 2 – Distribuição percentual das categorias de suplementos alimentares comercializados entre março e setembro de 2025.



Fonte: Autoria Própria, 2025.

Observou-se que no mês de maior faturamento os produtos com maior número de vendas também pertenciam às classes voltadas à imunidade e à proteção hepática, demonstrando a representatividade desses nutrientes no período em questão.

Estudar o comportamento do consumidor engloba compreender tanto seus pensamentos como suas ações, bem como as influências às quais está sujeito no momento da decisão de compra. Comumente observam-se variações sazonais, decorrentes de fatores climáticos, ou perfil do consumidor, podendo evidenciar uma relação entre o consumo de suplementos e demandas fisiológicas e estéticas. Sob essa perspectiva, o comportamento de vendas de cada categoria de suplementos ao longo do período analisado foi descrito da seguinte maneira:

4.1.1 Suplementos estruturais

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

Os suplementos considerados estruturais incluem colágeno e as associações de cálcio e vitamina D, que são utilizados para auxiliar na manutenção da saúde articular e óssea. Tais produtos corresponderam a 1,9% das comercializações, com consumo de variação moderada, o que sugere o uso de caráter preventivo. Geralmente, a população mais relacionada a essa carência física corresponde aos indivíduos idosos, visto que ocorrem mudanças fisiológicas no organismo, como a redução da produção de colágeno, proteína essencial para a elasticidade e saúde da pele, dos ossos e articulações (BOMBANA; ZANARDO, 2018; OLIVEIRA et al., 2017; WIECZOREK; OLIVEIRA; MACHADO, 2021).

Ademais, o cálcio participa do cristal de hidroxiapatita ($Ca_{10}(PO_4)_6(OH)_2$) responsável por conferir resistência mecânica ao osso. A nível de composição, no tecido ósseo esse cristal corresponde a 65%. Dentre outras funções, atua como cofator na coagulação sanguínea, regulação metabólica, aderência celular e secreção de hormônios e neurotransmissores. Já a vitamina D promove tanto na absorção do cálcio alimentar, como na reabsorção tubular renal do cálcio (PASSINI, MARCIO, 2010).

4.1.2 Minerais

Na categoria de minerais, os produtos que mais foram comercializados foram o magnésio e suas variações, tendo o padrão de venda mantido estável em maior parte do recorte temporal. No entanto, ainda que seja observada uma variação no consumo entre os meses, os suplementos minerais fizeram parte de 5% das vendas na drogaria. Esse comportamento – por sua vez - pode estar relacionado ao fato de a suplementação mineral ser mais direcionada para fins específicos, normalmente sob orientação profissional, sugerindo um padrão de consumo mais racional.

Dentre os produtos mais vendidos, essa classe é marcada pelo magnésio e suas variações. Esse composto é capaz de afetar significativamente o funcionamento do corpo, uma vez que há indícios de que o magnésio é participante de mais de 300 reações metabólicas e bioenergéticas, estando envolvido em funções no sistema nervoso central, sistema neuromuscular e cardiovascular (SITZIA et al., 2020).

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

4.1.3 Probióticos

A dieta se correlaciona com diversas patologias, seja devido ao aumento da venda de alimentos ultraprocessados, normalmente contendo quantidades excessivas de açúcar, sódio, gorduras e aditivos, seja por doenças causadas pelo consumo de água ou alimentos contaminados (CORTEZ, AGUILERA & CASTRO, 2011; PINEDA & PERDOMO, 2017).

Os principais desfechos relacionados a esse perfil de consumo são gastrintestinais, como diarreia e vômito. Dessa forma, o uso de microrganismos vivos reestabelece o equilíbrio da microbiota de forma segura. e diminui as infecções do trato gastrointestinal por meio da resposta imune competente (GUARNER et al., 2017; RITCHIE & ROMANUK, 2012).

Os suplementos voltados à modulação da microbiota demonstraram um forte início de comercializações, com 33 unidades sendo vendidas no mês de março. No entanto, em abril foi observado o menor volume do período analisado, com apenas a venda de 8 unidades sendo registradas. A partir de maio, houve uma retomada nas vendas, atingindo 21 unidades, seguida de uma queda gradual nos meses subsequentes, fazendo com que essa categoria represente 6,1% do consumo de suplementos do recorte.

4.1.4 Estimulantes

Dentro dessa classificação se fazem presentes pré-treinos, energéticos, termogênicos, entre outros. Eles apresentaram uma forte tendência de crescimento: de 3 produtos vendidos no mês de março, escalando nos meses seguintes com 18, 37, 29 unidades, respectivamente, até atingir o ápice de vendas com 55 volumes comercializados em agosto, seguido de 45 em setembro, sugerindo a relação com o nível de exigência física ou mental que é cobrado dos indivíduos para atingir produtividade crescente, seja no que diz respeito a treinos intensos, foco/concentração ou competições desportivas.

Essa popularidade, por outro lado, pode representar um risco real à saúde pública,

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

uma vez que o uso dessas substâncias de maneira indiscriminada pode acarretar uma série de problemas à saúde. De certo, a maior parte dos efeitos colaterais dos energéticos ocorre no sistema cardiovascular ou pulmonar, apresentando sintomas como arritmias, palpitações ou dificuldades respiratórias, podendo ser notados também sintomas relacionados à ação no sistema nervoso central, como insônia, ansiedade ou irritabilidade (HOSPITAL ISRAELITA ALBERT EINSTEIN, 2023). Tal consumo de energéticos é frequentemente impulsionado por influenciadores digitais, que ignoram os riscos citados.

4.1.5 Digestivos

Dentre os suplementos agrupados nessa categoria, citam-se lactulose, e suplementos para alívio de azia e má digestão e enzimas digestivas como a lactase, os quais corresponderam a 11,1% do total comercializado.

O consumo dos produtos classificados como digestivos demonstrou queda entre março e maio. Por sua vez, entre maio e agosto foi possível observar um crescimento das vendas, que tornaram a decair em setembro. Embora haja uma oscilação no consumo, os picos podem estar relacionados a fatores climáticos, hábitos alimentares ou à rotina do consumidor, sendo ainda potencializados por períodos de férias, em que doenças que afetam o aparelho digestivo circulam com maior intensidade.

Os suplementos com apelo laxativo podem ajudar a prevenir prisão de ventre; no entanto, o uso prolongado pode implicar problemas de saúde devido ao uso excessivo, causando dependência e diminuição da função intestinal (MAYO CLINIC, 2024).

4.1.6 Nutrientes

Na classe dos nutrientes, os produtos que mais foram comercializados foram multivitamínicos de A a Z, Ômega e vitaminas do complexo B. Em março, registraram-se 19 vendas, número que subiu para 22 em abril. A partir de maio, observou-se um aumento perceptível no percentual de vendas, escalando para 34

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

suplementos vendidos, com o ápice dessa categoria sendo atingido em junho com 41 saídas desses produtos. No mês de julho, houve uma pequena retração, contando com 37 unidades comercializadas, seguido de uma queda acentuada em agosto, com apenas 25 vendas. Por fim, em setembro, identificou-se uma recuperação, contabilizando 33 produtos vendidos no mês, totalizando 11,2% das comercializações totais.

Segundo o estudo feito por Santos & Barros Filho, numa amostra de 894 estudantes de uma universidade privada em São Paulo, cerca de 30,4% destes faziam o uso de produtos vitamínicos, destes, 6% faziam o uso de maneira esporádica, enquanto 23,1% mantinham o uso regular dessas substâncias. Quando questionados, a principal razão para a suplementação era decorrente da busca pela garantia da saúde.

O uso desses suplementos, por outro lado, torna-se relevante diante da carência de vitaminas na alimentação atual, decorrente do aumento do consumo de alimentos ultraprocessados. Contudo, a ingestão desses produtos deve ser acompanhada por profissionais habilitados para mitigar o risco de hipervitaminoses.

4.1.7 Ganho de massa

A categoria voltada ao ganho de massa muscular apresentou valorização progressiva ao longo do período destacado, observando-se um aumento de 9 suplementos vendidos no primeiro mês para 33 em abril. Em maio, houve um pico intermediário de 54 produtos vendidos, seguido de uma queda substancial nos meses de junho (36) e julho (26). Nos meses finais do recorte, a categoria voltou a apresentar crescimento expressivo, atingindo vendas de 61 suplementos voltados à construção e massa magra e desempenho físico, totalizando 15% das vendas de suplementos.

Segundo Morosinil e Koenhlein (2019), o culto ao corpo e a busca pelo desenvolvimento muscular vêm ganhando cada vez mais espaço, sendo amplificado pela influência das redes sociais. Dessa forma, a insatisfação corporal cresce em função de padrões estéticos distorcidos. De maneira análoga, o uso de suplementos

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

tem se expandido como um meio de alcançar tais objetivos de forma rápida, sobretudo devido ao fácil acesso, revelando um padrão preocupante de uso inadequado e sem acompanhamento profissional (ALMEIDA et al., 2019).

4.1.8 Hepatoprotetor

Quanto ao uso dos hepatoprotetores, foi perceptível um fluxo consistente de vendas desde o início do período analisado, com uma diferença pequena entre março (43) e abril (40). Observou-se, em seguida, um aumento gradual e estável nos meses de maio (57), junho (52) e julho (54). Nos meses seguintes, entretanto, houve uma queda expressiva nas comercializações, fazendo com que essa classe fosse responsável por 16,3% das unidades vendidas.

A elevação observada no meio do período pode ter sido influenciada por fatores variados, como mudanças sazonais, condições de saúde mais comuns nesse intervalo ou maior interesse momentâneo por produtos voltados à proteção hepática. Ainda assim, é importante destacar que o uso indiscriminado desses suplementos, sem orientação profissional, pode representar riscos à saúde, especialmente pela possibilidade de mascarar sintomas de alterações hepáticas ou gerar interações com outros medicamentos.

4.1.9 Imunidade

Vitamina C, zinco, bem como extrato de própolis e méis com associações estão entre os produtos mais comercializados nessa categoria, com o principal apelo na manutenção da imunidade. Os dados obtidos refletem a crescente preocupação dos consumidores com o suporte ao sistema imunológico. Os resultados obtidos são indicativos de demanda constante pela categoria, ainda que com variações pontuais, influenciadas ora por fatores climáticos, ora por hábitos de consumo sazonais.

A classe de suplementos destinados à imunidade foi a de maior movimentação, sendo responsável por 20,4% das comercializações, tendo o produto com maior procura a vitamina C. O ácido ascórbico (vitamina C) é um elemento essencial e, como não é sintetizado pelo corpo, é necessário ser adquirido por meio da

REMUNOM
ISSN 2178-6925

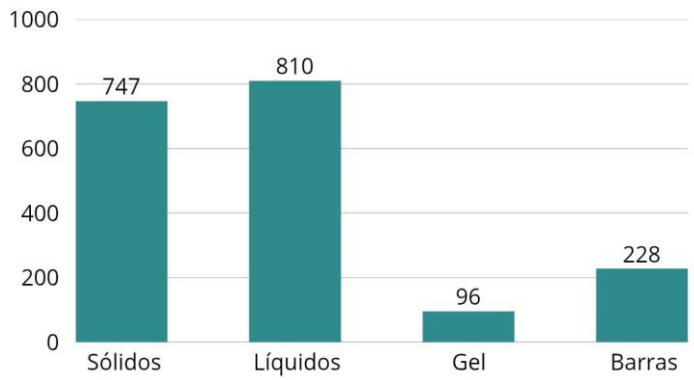
Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

alimentação ou suplementação. Tal vitamina atua na biossíntese de hormônios, tem ação antioxidante e é um cofator para enzimas, porém, seu uso excessivo pode ocasionar riscos à saúde. Ademais, a suplementação excessiva deste composto pode ocasionar, num indivíduo saudável, a transição para o estado patológico, desencadeando uma atividade pró-oxidante. Desse modo, o consumo deve ser feito com cautela, sob orientação de profissionais da saúde (SANTOS; KRUTZMANN et al., 2019).

4.2 Formas farmacêuticas

A Figura 3 apresenta a preferência por diferentes formas farmacêuticas dos suplementos. No entanto, nota-se a predominância das formas líquidas, com 810 unidades vendidas. Entre os produtos comercializados, destacam-se principalmente as soluções, com 71,85% das vendas.

Figura 3 – Classificação dos suplementos comercializados segundo a forma farmacêutica.



Fonte: Autoria Própria, 2025.

Essa prevalência pode estar relacionada à facilidade de administração, à possibilidade de ajuste de dose e à melhor palatabilidade, fatores especialmente relevantes para o público infantil e idoso, que frequentemente apresenta maior

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

dificuldade de deglutição das formas sólidas. Tais características contribuem para que as formas líquidas estejam entre as mais aceitas pelos consumidores (ALLEN; POPOVICH; ANSEL, 2013).

Em seguida, destacam-se as formas farmacêuticas sólidas, comprimidos (revestidos, mastigáveis e efervescente), cápsulas e pós. Essa forma farmacêutica apresenta vantagens farmacotécnicas, tais como maior estabilidade, precisão de dose, além de uma maior facilidade de transporte e armazenamento (ALLEN; POPOVICH; ANSEL, 2013).

Um estudo conduzido por Limenh et, al. (2023) com indivíduos de idade igual ou superior a 18 anos, sem problemas de saúde física ou mental, nas farmácias comunitárias da cidade de Gondar, Etiópia, apontou uma maior preferência pelas formas farmacêuticas sólidas, sendo 42,4% a preferência por comprimidos e 19,9% por cápsulas. É válido ressaltar que a faixa etária predominante foi de 25 a 34 anos (33,1%), seguido por 18 à 24 anos (26,5%), público que, via de regra, não possui problemas de deglutição.

Além dos suplementos líquidos e sólidos, observa-se também a presença de suplementos em gel e em barra, formatos marcados pela conveniência e praticidade, atendendo a uma demanda de uso imediato, sobretudo em contextos esportivos. Embora apresentem menor volume de comercialização, esses produtos evidenciam a necessidade de suplementação pontual em ocasiões específicas. Frequentemente estão associados ao aporte proteico, como é o caso das barras, ou ao fornecimento energético, a exemplo dos géis de carboidratos com cafeína.

5. Conclusão

O presente estudo possibilitou traçar um panorama detalhado sobre o perfil de comercialização de suplementos alimentares em uma drogaria comunitária na zona Sudeste de Teresina-PI, permitindo compreender as categorias mais procuradas e os fatores que influenciam esse comércio em nível local. Observou-se que os suplementos mais comercializados são voltados para o suporte

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

imunológico, hepatoprotetores e produtos relacionados ao ganho de massa muscular e desempenho físico, evidenciando uma forte relação entre o comportamento do consumidor, motivações estéticas e a busca pela prevenção de doenças.

Além disso, os dados obtidos evidenciam que o consumo de suplementos alimentares apresenta crescimento contínuo, impulsionado por fatores como facilidade de acesso, influência midiática, sazonalidade e apelo comercial. Esse cenário reforça a importância da atuação do farmacêutico na promoção do uso racional e seguro desses produtos, além de ressaltar a necessidade de ações educativas nas drogarias. Portanto, a farmácia comunitária tem papel essencial na promoção da saúde, e o farmacêutico deve atuar como mediador entre o consumidor e o produto, garantindo o uso responsável e para a saúde pública.

Referências

ABIAD – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS PARA FINS ESPECIAIS E CONGÊNERES. *Relatório de consumo de suplementos alimentares*. São Paulo, 2020.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). *Suplementos alimentares: orientações e regulamentações*. Portal GOV.BR, 2020. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos/suplementos-alimentares. Acesso em: 28 out. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). *Suplementos alimentares: perguntas e respostas*. Brasília: ANVISA, 2018. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos/suplementos-alimentares. Acesso em: 27 out. 2025.

AGUIAR, R. F.; SILVA, P. A.; OLIVEIRA, T. L. *Riscos do uso indiscriminado de suplementos alimentares em praticantes de atividade física*. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva, v. 17, n. 2, p. 45–53, 2023.

ALLEN, L. V.; POPOVICH, N. G.; ANSEL, H. C. *Ansel's Pharmaceutical Dosage Forms and Drug Delivery Systems*. 10. ed. Baltimore: Lippincott Williams & Wilkins, 2013.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

ALMEIDA, I. V.; RIBEIRO, M. C. O.; FREITAS, R. F. *Uso de suplementos alimentares e fatores associados em praticantes de atividade física de alta intensidade*. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva, v. 12, n. 76, p. 992–1004, 2018.

AL TURKI, M.; OTHMAN, F.; ALJASSER, D.; ALZABEN, A. S. *Analysis of supplement consumption in the population: a global perspective*. International Journal of Environmental Research and Public Health, v. 22, n. 3, p. 1512, 2023. DOI: https://doi.org/10.3390/ijerph22031512.

BOMBANA, V. B.; ZANARDO, V. P. S. *Uso do colágeno hidrolisado na prevenção do envelhecimento cutâneo*. v. 161, p. 101–110, 2018.

BRASIL. CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA (CFF). *Resolução nº 661, de 25 de julho de 2018*. Dispõe sobre a atuação do farmacêutico na orientação e promoção do uso racional de suplementos alimentares. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2018.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Resolução RDC n.º 243, de 26 de julho de 2018. Dispõe sobre os requisitos para suplementos alimentares. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2018.

BRENELLO, M.; HOEFEL, A. *Consumo de suplementos alimentares por acadêmicos da área da saúde*. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva, v. 17, n. 111, p. 317–326, 2023.

BRITO, V. M. A. de; DIAS, J. P. *Prevalência de uso de suplementos nutricionais e outras substâncias por estudantes de medicina em Salvador, Bahia, 2020*. Revista de Medicina, v. 102, n. 1, e-200696, 2023. DOI: https://doi.org/10.11606/issn.1679-9836.v102i1e-200696.

CHIBA, T. *Prevalence of concomitant use of dietary supplements and prescription medications: a systematic review*. Journal of Dietary Supplements, v. 20, n. 1, p. 25–36, 2023.

CONSELHO REGIONAL DE FARMÁCIA DA BAHIA (CRF-BA). *Relatório de mercado de suplementos alimentares: alta no faturamento e volume de vendas até julho de 2024*. Salvador, 2024.

EVINCI UNIBRASIL. *Prevalência do uso de suplementos alimentares em praticantes de musculação*. Curitiba: UniBrasil, 2023.

FERREIRA, R. G. et al. *Conhecimento, motivações e práticas no consumo de suplementos: um olhar em meio à pandemia da COVID-19*. Contribuciones a Las Ciencias Sociales, v. 17, n. 5, p. 1–19, 2024. DOI: <10.55905/revconv.17n.5-053>.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

FORGERINI, M.; SCHIAVO, G.; NASCIMENTO, G. B.; MASTROIANNI, P. de C. *Letramento científico para o uso seguro de produtos à base de plantas e suplementos alimentares*. Revista Contexto & Saúde, v. 24, n. 48, e14929, 2024.

FONTES, T. M. P.; ARAÚJO, L. F. B.; SOARES, P. R. G. *Osteoporose no climatério II: prevenção e tratamento*. Femina, v. 40, n. 4, p. 217–233, 2012.

GONÇALVES, D. C.; PEREIRA, R. V.; LIRA, D. S.; FIRMÍNO, I. C.; TABAÍ, K. C. *Consumo de suplementos alimentares: alerta à saúde pública*. Oikos: Revista Brasileira de Economia Doméstica, Viçosa, v. 28, n. 1, p. 224–238, 2017.

HOSPITAL ISRAELITA ALBERT EINSTEIN. VIDA SAUDÁVEL. MARRA, A. R. (Revisor). *Energético faz mal à saúde? Tire suas dúvidas*. 4 jun. 2023. Atualizado em 10 maio 2023. Disponível em: https://vidasaudavel.einstein.br/energetico-faz-mal-a-saude/. Acesso em: 18 maio 2025.

LEÃO, A. R.; SANTOS, M. F.; PEREIRA, L. C. *Perfil de consumo de suplementos alimentares em farmácias comunitárias*. Revista Brasileira de Farmácia Comunitária, v. 5, n. 1, p. 22–31, 2025.

LIMENH, L. W. et al. *Patients' preference for pharmaceutical dosage forms: does it affect medication adherence? A cross-sectional study in community pharmacies*. Patient Preference and Adherence, v. 18, p. 753–766, 2024. DOI: <10.2147/PPA.S456117>.

MACEDO, M. G. de; FERREIRA, J. C. de S. *Os riscos para a saúde associados ao consumo de suplemento alimentar sem orientação nutricional*. Research, Society and Development, v. 10, n. 3, e45610313593, 2021. DOI: <10.33448/rsd-v10i3.13593>.

MAYO CLINIC. *Nonprescription laxatives for constipation: use with caution*. [S. l.], [s. d.]. Disponível em: https://www.mayoclinic.org/diseases-conditions/constipation/in-depth/laxatives/art-20045906. Acesso em: 18 maio 2025.

MELO, A. C. et al. *Community pharmacies and pharmacists in Brazil: a missed opportunity*. Pharmacy Practice, v. 19, n. 2, p. 1–8, 2021. DOI: https://doi.org/10.18549/PharmPract.2021.2.2467.

MOLIN, T. R. D. et al. *Regulatory framework for dietary supplements and the public health challenge*. Revista de Saúde Pública, v. 53, 2019. DOI: https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2019053001263.

MORAES, F. P. *Alimentos funcionais e nutracêuticos: definições, legislação e benefícios à saúde*. Revista Eletrônica de Farmácia, Goiânia, v. 3, n. 2, 2007. DOI: <10.5216/ref.v3i2.2082>. Disponível em: https://revistas.ufg.br/REF/article/view/2082. Acesso em: 9 out. 2025.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25

MOREIRA, F. P.; RODRIGUES, K. L. *Conhecimento nutricional e suplementação alimentar por praticantes de exercícios físicos*. Revista Brasileira de Medicina do Esporte, São Paulo, v. 20, n. 5, p. 370–373, set./out. 2014. DOI: <10.1590/1517-86922014200500795>.

PEÇANHA, A. M. M.; FRIGERI, R.; SILVA FILHO, J. N. *Suplementos termogênicos: evidências sobre a sua eficácia na redução da gordura corporal*. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva, v. 11, n. 65, p. 544–553, set./out. 2017.

PEREIRA, I. R. O.; BAJO, K. G. *Alimentos e correlatos comercializados em farmácias e drogarias*. Revista Eletrônica de Farmácia, v. IX, n. 4, p. 20–42, 2012.

RAIZEL, R.; SANTINI, E.; KOPPER, A. M.; REIS FILHO, A. D. *Efeitos do consumo de probióticos, prebióticos e simbióticos para o organismo humano*. Revista Ciência & Saúde, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 66–74, jul./dez. 2011.

REVISTA DA FARMÁCIA. *Pesquisa revela que 60% dos homens consomem suplementos alimentares*. São Paulo, 3 nov. 2023. Disponível em: https://revistadafarmacia.com.br/farmacia/pesquisa-revela-que-60-dos-homens-consomem-suplementos/. Acesso em: 27 out. 2025.

SANTOS, M. O.; BARROS FILHO, A. A. *Consumo de produtos vitamínicos entre universitários de São Paulo, SP*. Revista de Saúde Pública, v. 36, p. 250–253, 2002.

SILVA, W. L. M.; LINS, F. S. V.; ALVES, F. E. F. *O papel do farmacêutico na promoção da saúde em usuários de suplementos alimentares*. Revista Interdisciplinar em Saúde, Cajazeiras, v. 11 (único), p. 1323–1334, 2024.

SITZIA, C. et al. *Intra-erythrocytes magnesium deficiency could reflect cognitive impairment status due to vascular disease: a pilot study*. Journal of Translational Medicine, v. 18, p. 458, 2020. DOI: https://doi.org/10.1186/s12967-020-02645-w.

SOUSA, J. R. A.; FREITAS, R. C. S. *Eu tenho a força: o consumo de suplementos alimentares e o corpo ideal masculino*. Revista Administração em Diálogo, v. 19, n. 1, p. 28–46, 2017. DOI: https://doi.org/10.23925/2178-0080.2017v19i1.31308.

SOUSA, T. D. M. *Automedicação e a venda desordenada de medicamentos e suplementos*. 2022. 27 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Farmácia) – Faculdade Anhanguera, Imperatriz-MA, 2022.

SOUZA, M. P. G. *Diagnóstico e tratamento da osteoporose*. Revista Brasileira de Ortopedia, v. 45, n. 3, p. 220–229, 2010.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 30/10/2025 - **Accepted:** 18/11/2025
Vol: 20.02
DOI: 10.61164/67h17577
Pages: 1-25