

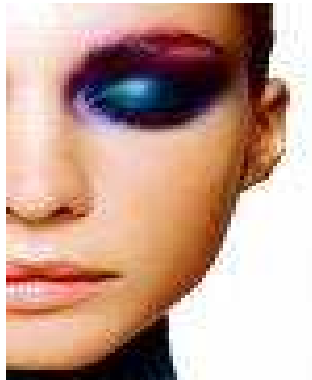
Α.Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΣΕΥΠ
ΤΜΗΜΑ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΟΣΜΗΤΟΛΟΓΙΑΣ

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ: 5^ο
ΕΑΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*ΚΑΛΥΝΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΟΝΤΑΙ ΟΙ
ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΤΕΣ*

Διδάσκουσα: Γιαννακουδάκη Άννα



ΠΑΠΑΟΙΚΟΝΟΜΟΥ ΣΕΒΑΣΤΗ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή.....	2
---------------	---

Μέρος Πρώτο

1. Στατιστική επεξεργασία δεδομένων – Συμπεράσματα.....	4
1.1. Προτιμήσεις σε καλλυντικά προϊόντα ανά χώρα.....	6
1.2. Προτιμήσεις σε καλλυντικά προϊόντα ανά ηλικία.....	26
1.3. Προτιμήσεις σε καλλυντικά προϊόντα ανά επάγγελμα.....	38
1.4. Γενικά συμπεράσματα από την έρευνα.....	47
1.4.1. Προτιμήσεις σε αντηλιακά προϊόντα.....	52
1.4.2. Προτιμήσεις σε κρέμες προσώπου.....	59
1.4.3. Προτιμήσεις σε κρέμες σώματος.....	66
1.4.4. Προτιμήσεις σε μακιγιάζ.....	72

Μέρος δεύτερο

2. Αντηλιακές κρέμες.....	76
2.1. Συστατικά αντηλιακών κρεμών.....	76
2.2. Φωτοπροστατευτικές ουσίες και φίλτρα.....	85

Επίλογος.....	89
---------------	----

Παράρτημα.....	91
----------------	----

Βιβλιογραφία.....	92
-------------------	----

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα έρευνα αναφέρεται στα προϊόντα περιποίησης που προμηθεύονται οι παραθεριστές κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Σκοπός της ήταν να διαπιστώσουμε μέσα από ένα δείγμα ανθρώπων διαφορετικής καταγωγής, την καταναλωτική προσέγγιση κρεμών σε καθημερινή βάση. Συγκεκριμένα, εστίασα στην ιδιαίτερη προτίμηση των παραθεριστών στη μορφή των κρεμών που χρησιμοποιούν, στην αποτελεσματικότητά τους, και στο πόσο ενήμεροι είναι για τα συγκεκριμένα προϊόντα και τα συστατικά από τα οποία αποτελούνται.

Το ερωτηματολόγιο¹ απευθύνεται στο ευρύ κοινό, ανεξαρτήτως ηλικίας και επαγγέλματος και δομείται σε έξι μέρη. Στο πρώτο μέρος καταγράφονται τα δημογραφικά στοιχεία του ερωτηθέντος και στο δεύτερο διατυπώνονται γενικές ερωτήσεις. Τα επόμενα μέρη αναφέρονται στις αντηλιακές κρέμες, στις κρέμες προσώπου, στις κρέμες σώματος και στο μακιγιάζ αντίστοιχα.

Το δείγμα επιλέχθηκε με βάση τυχαία κριτήρια και έλαβε χώρα στο νησί της Ρόδου, ένα νησί αξιόλογου τουριστικού προορισμού. Αυτό έκανε το δείγμα μου πιο αντιπροσωπευτικό καθώς οι ερωτηθέντες κατάγονταν από ποικίλες χώρες, ευρωπαϊκές και μη.

¹ Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο παράρτημα.
Παπαϊκονόμου Σεβαστή

Η παρούσα εργασία αποτελείται από δύο μέρη. Στο πρώτο καταγράφονται τα συμπεράσματα της έρευνας τα οποία αποδίδονται και σε στατιστικά δεδομένα. Στο δεύτερο μέρος αναφέρονται τα συστατικά που περιέχονται στις αντηλιακές κρέμες που προτιμούν οι παραθεριστές καθώς και στα φυσικά και χημικά φίλτρα που περιέχονται σε αυτές.



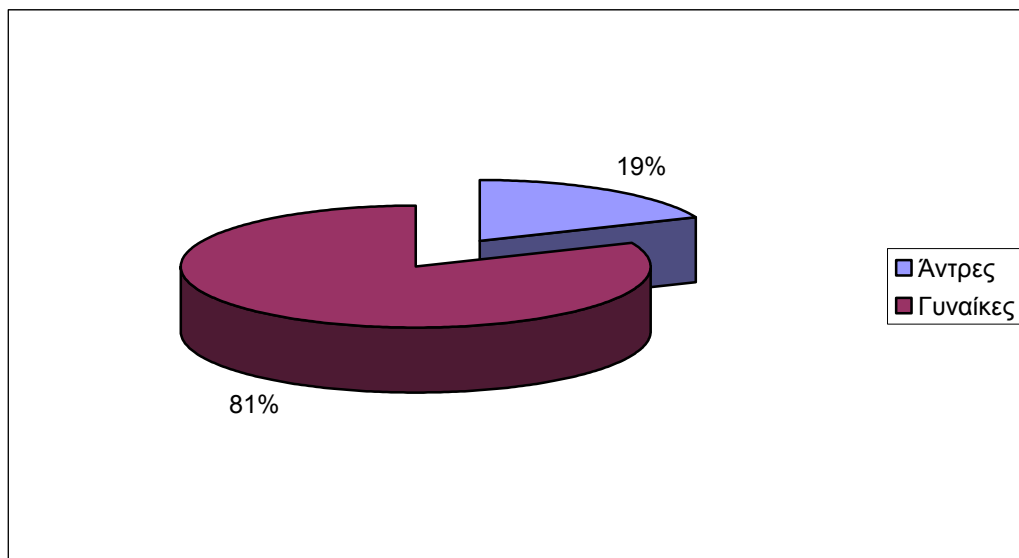
ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

1. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ – ΣΥΜΠΤΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η έρευνα έλαβε χώρα στο νησί της Ρόδου και το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε ήταν αντιπροσωπευτικό καθώς περιείχε παραθεριστές από διάφορες χώρες ευρωπαϊκές και μη. Συγκεκριμένα οι ερωτηθέντες κατάγονταν από Ελλάδα, Αυστραλία, Δυτική Ευρώπη (Αγγλία, Γαλλία), Κεντρική Ευρώπη (Ολλανδία, Ιταλία, Γερμανία, Βέλγιο και Ουγγαρία), Σκανδιναβία και Λοιπές ευρωπαϊκές χώρες (Ισραήλ, Ρωσία, Σερβία). Η ομαδοποίηση αυτή συνέβαλε στην καλύτερη και αποτελεσματικότερη επεξεργασία των δεδομένων.

Το δείγμα αποτελείται από 150 άτομα, εκ των οποίων οι άντρες είναι 28 και οι γυναίκες 122. Οι ηλικίες τους ποικίλουν από 15 – 45+.

Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς το φύλο



Διάγραμμα 1

Από το παραπάνω γράφημα παρατηρούμε ότι οι γυναίκες ανέρχονται σε ποσοστό 81% ενώ οι άντρες μόλις στο 19%. Κατά γενική ομολογία οι άμεσα ενδιαφερόμενοι υπήρξαν οι γυναίκες καθώς εκείνες

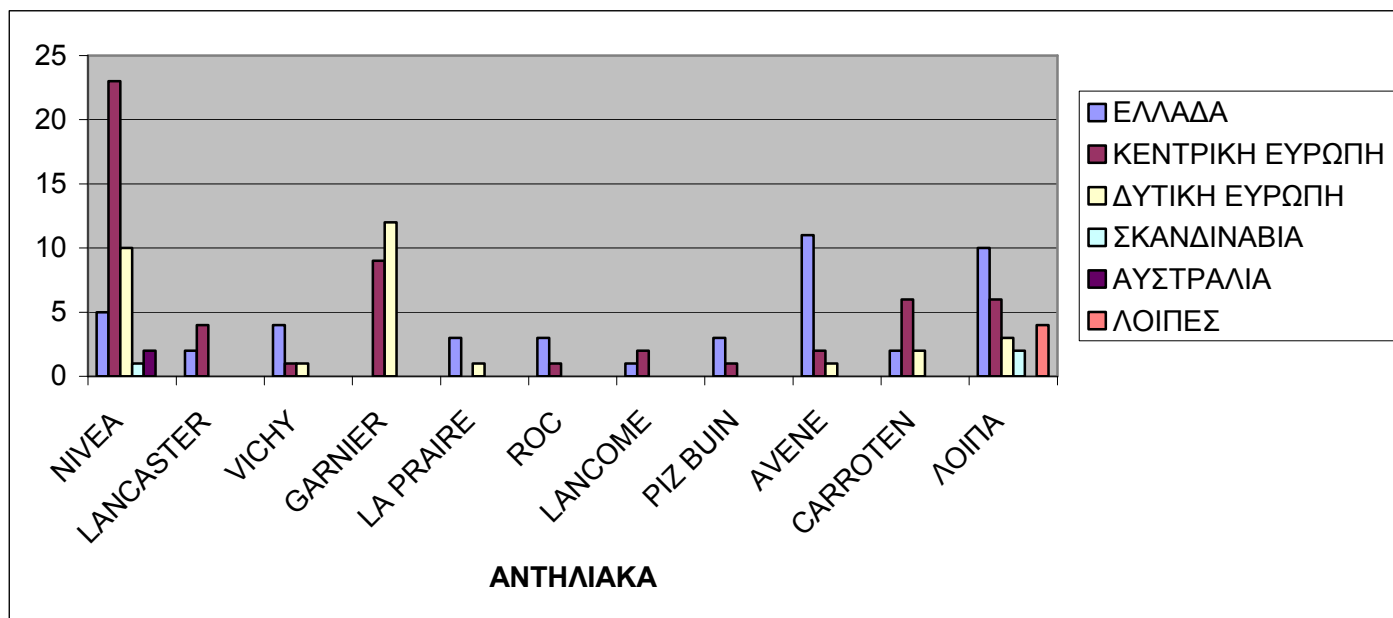
χρησιμοποιούν περισσότερο προϊόντα περιποίησης προσώπου και σώματος. Παρ' όλα αυτά συνάντησα άντρες που χρησιμοποιούν έστω κάποια υποτυπώδη προϊόντα.

Μέσα από την έρευνα των 28 αντρών που ερωτήθηκαν διαπίστωσα το ενδιαφέρον τους μόνο σε αντηλιακά προϊόντα προσώπου και σε body lotion. Αξιοσημείωτο είναι πως η χρήση αντηλιακού ενδεικνυόταν κυρίως σε εξαιρετικές περιπτώσεις όπου ο άντρας είχε κάποια ουλή στο πρόσωπο ή κάποιο άλλο πρόβλημα. Στο σώμα το αντηλιακό χρησίμευε ως προστασία από τον ήλιο κάποιου τατουάζ, κυρίως έγχρωμου. Ωστόσο υπήρξαν και μερικοί άντρες που χρησιμοποιούν αντηλιακή κρέμα στο σώμα και στο πρόσωπο για γενικότερη προστασία από τον ήλιο, λαμβάνοντας υπόψη τις βλαβερές επιπτώσεις από την έκθεση στον ήλιο.

Συμπερασματικά, μέσα από την έρευνα των αντρών οι 13 προτιμούν τη χρήση αντηλιακού σε μορφή κρέμας, οι 14 σε μορφή spray και μόλις ένας σε lotion. Παρατηρούμε ότι η ευκολία στην εφαρμοστικότητα υπήρξε πρωτεύων παράγοντας στην επιλογή της συγκεκριμένης μορφής αντηλιακού. Επίσης οι περισσότεροι δεν ακολουθούν τη συμβουλή ενός ειδικού αλλά δελεάζονται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τον έγγραφο τύπο, φυσική απόρροια του οποίου είναι η πραγματοποίηση αγοράς ενός προϊόντος λιγότερου αξιόπιστου.

1. ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΕ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΝΑ ΧΩΡΑ

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΤΑ ΑΝΤΗΛΙΑΚΑ ΑΝΑ ΧΩΡΑ



Διάγραμμα 2

Στην Ελλάδα οι περισσότεροι καταναλωτές προτιμούν να εφοδιάζονται στη διάρκεια των διακοπών τους με διάφορα καλλυντικά προϊόντα όπως αντηλιακές κρέμες, κρέμες προσώπου, σώματος αλλά και με προϊόντα που αφορούν το μακιγιάζ. Σύμφωνα με έρευνα που έγινε στο νησί της Ρόδου οι εταιρίες αντηλιακών κρεμών που προτιμούν οι παραθεριστές είναι οι εξής: NIVEA, LANCASTER, VICHY, LA PRAIRE, ROC, LANCOME, PIZ BUIN, AVENE, CARROTEN όπως και άλλες. Ο αριθμός των καταναλωτών που ρωτήθηκε αντιστοιχεί σε 50 άτομα από τα οποία η πλειοψηφία προτιμά να προστατεύεται από την ηλιακή ακτινοβολία με τα προϊόντα της εταιρείας AVENE σε λιγότερο ποσοστό με την εταιρεία NIVEA καθώς και με τα παραπάνω αντηλιακά προϊόντα σε μικρότερο ποσοστό όπως φαίνεται και στο διάγραμμα. Πολλοί καταναλωτές δεν είχαν κάποια ιδιαίτερη προτίμηση στα προϊόντα τους προφανώς γιατί δεν έχουν καταλάβει ακόμα τη σημασία της προστασίας του δέρματος τους από τις επιβλαβείς για την υγεία ηλιακές Παπαοικονόμου Σεβαστή

ακτινοβολίες. Φυσικά και το δέρμα μπορεί να λειτουργήσει ως προστατευτικό όργανο με την παραγωγή μελανίνης, η οποία προστατεύει από την υπεριώδη ακτινοβολία.²

Στην Κεντρική Ευρώπη όπου αντιστοιχούν τα κράτη Ολλανδία, Ιταλία, Γερμανία, Βέλγιο, Ουγγαρία, είχαμε συμμετοχή 60 ατόμων από τα οποία η πλειονότητα δείχνει ιδιαίτερη προτίμηση στα προϊόντα της NIVEA καθώς και της GARNIER επίσης και ένα μικρό ποσοστό στα προϊόντα της CARROTEN. Η ίδια προτίμηση δείχνει να επικρατεί και στην Δυτική Ευρώπη όπου είχαμε συμμετοχές από τα κράτη Αγγλία, Γαλλία όπου έδειξαν ιδιαίτερη προτίμηση αρχικά σε προϊόντα της GARNIER και στη συνέχεια σε προϊόντα της NIVEA.

Ένα μικρό ποσοστό από σκανδιναβικές χώρες ‘‘Σουηδία’’ δεν δείχνει ιδιαίτερη προτίμηση σε κανένα γνωστό προϊόν αλλά προμηθεύετε οποιοδήποτε προϊόν αρκεί να είναι ευχαριστημένη από την προστασία του και να τους αντιπροσωπεύει. Το ίδιο ισχύει και για χώρες όπως η Σερβία το Ισραήλ και η Ρωσία. Η Αυστραλία σαν μια ηλιόλουστη ήπειρος που είναι προτιμάει να προστατεύετε με προϊόντα της εταιρείας NIVEA στο μεγαλύτερο ποσοστό της καθ’ όλη την διάρκεια του έτους. Εκτός από τις χώρες που αναφέρθηκαν παραπάνω οι περισσότερες προτιμούν εταιρείες που είναι γνωστές στο ευρύ κοινό καθώς οι καταναλωτές δείχνουν ιδιαίτερη προτίμηση στα προϊόντα που είναι γνωστά και αποδεδειγμένα εύχρηστα και αποτελεσματικά στο σκοπό τους.

Ο ήλιος αποτελεί τη μεγαλύτερη πηγή ενέργειας του πλανητικού μας συστήματος. Αποτελεί, πέρα από κάθε αμφιβολία, πηγή ζωής και ασκεί θετική επίδραση στον άνθρωπο.

² Ιωάννα Χ. Λεονταρίδου, Αποτρίχωση με laser και IPL, University Studio Press.

Η δράση του ηλίου έχει σχέση με λειτουργίες απαραίτητες για τη ζωή του ανθρώπου, όπως είναι η διέγερση της αιματικής κυκλοφορίας. Ο σχηματισμός της βιταμίνης D, η οποία είναι απαραίτητη στο σχηματισμό και στη διατήρηση των οστών, επιτελείται υπό την επίδραση των υπεριωδών ακτινών στο δέρμα.

Η τόνωση της ψυχικής διάθεσης οφείλεται επίσης, στο ηλιακό φως. Το ηλιακό φως είναι ηλεκτρομαγνητική ακτινοβολία και χαρακτηρίζεται από ενέργεια, μήκος κύματος και ταχύτητα.

Η ηλιακή ακτινοβολία διεισδύει στο δέρμα ανάλογα με το μήκος κύματος που τη χαρακτηρίζει. Ο βαθμός διείσδυσης στο δέρμα, εξαρτάται από:

- την πάχυνση της κεράτινης στιβάδας
- το βαθμό αιμάτωσης
- την ποσότητα της μελανίνης ³

Όμως η ηλιακή ακτινοβολία ευθύνεται και για την πυροδότηση πλήθους φωτοχημικών αντιδράσεων οι οποίες, μεταξύ άλλων, προκαλούν και αύξηση της παραγωγής ελευθέρων ριζών.

Η διαδικασία αυτή είναι γνωστή ως οξειδωτικό στρες, το οποίο ανάλογα με την ένταση και τη χρονική του διάρκεια μπορεί να οδηγήσει σε διαταραχή των λειτουργιών του δέρματος.

Η βλαπτική δράση της ακτινοβολίας στο δέρμα εξαρτάται από:

- την ένταση της ακτινοβολίας
- το βαθμό αιμάτωσης
- την ποσότητα της μελανίνης.

³ Ιωάννα Χ. Λεονταρίδου, Αποτρίχωση με laser και IPL, University Studio Press.

Άτομα ανοιχτότερου τύπου δέρματος είναι πιο ευαίσθητα στην επίδραση της ηλιακής ακτινοβολίας σε αντίθεση με άτομα σκουρότερου τύπου όπου το δέρμα τους θεωρείται πιο ανεκτικό στον ήλιο λόγω της αυξημένης ποσότητας μελανίνης που τα χαρακτηρίζει.

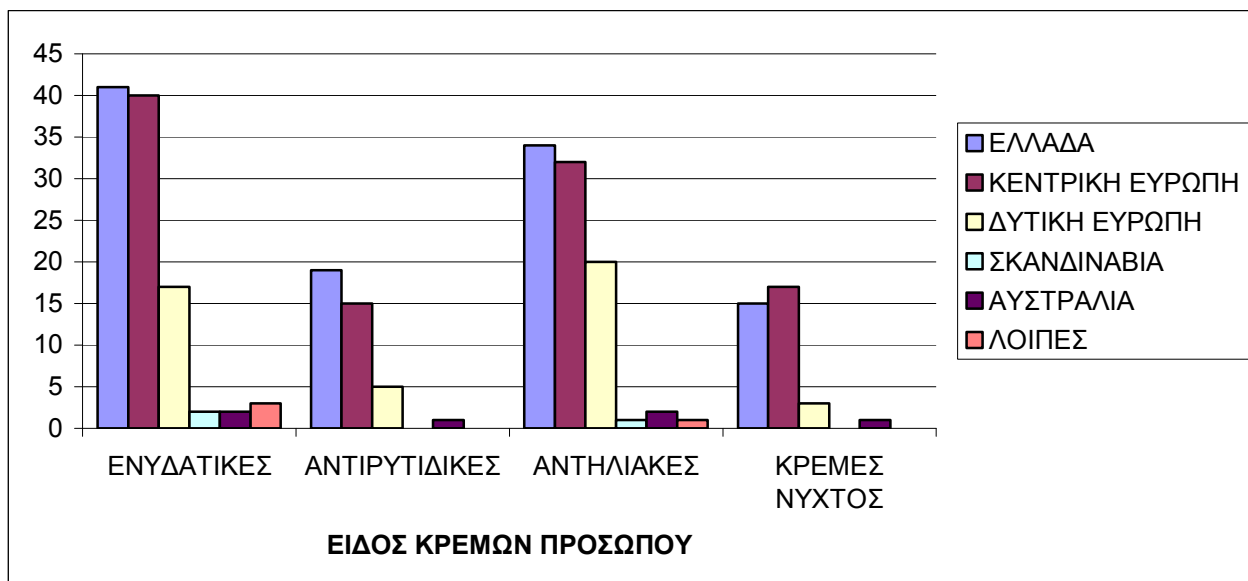
Σημαντικά στοιχεία για την επιλογή του αντηλιακού προϊόντος αποτελούν;

- Η εποχή του έτους “το καλοκαίρι αυξάνεται η ικανότητα πρόκλησης βλάβης”
- Η ώρα της ημέρας “η ενέργεια της ηλιακής ακτινοβολίας αυξάνεται μεταξύ 11πμ και 15μμ”
- Το γεωγραφικό πλάτος “η υν μειώνεται με την απομάκρυνση από τον ισημερινό”
- Το υψόμετρο “η υν αυξάνει με την αύξηση του” και
- Το περιβάλλον έκθεσης “στο χιόνι η ανάκλαση της ηλιακής ακτινοβολίας είναι σημαντικά αυξημένη σε σχέση με το νερό, την άμμο, κλπ”.

Επίσης η επιλογή των σκευασμάτων για την προστασία του δέρματος από την ακτινοβολία, πρέπει να καλύπτει τις ακόλουθες απαιτήσεις;

- Να παρέχουν προστασία από UVA και UVB ακτινοβολία
- Να έχουν υψηλό δείκτη προστασίας
- Να διαθέτουν φωτοσταθερά φίλτρα και
- Να είναι ανθεκτικά στο νερό και στον ιδρώτα.

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΚΡΕΜΕΣ ΑΝΑ ΧΩΡΑ



Διάγραμμα 3

Όσο αφορά τις κρέμες προσώπου ιδιαίτερη προτίμηση δείχνουν στις ενυδατικές και αντηλιακές κρέμες καθώς το καλοκαίρι είναι μια εποχή έντονης ηλιακής δραστηριότητας με αποτέλεσμα αυτό να γίνεται εμφανές και από τις ανάγκες του δέρματος για ενυδάτωση και προστασία από την επιβλαβή ηλιακή ακτινοβολία. Η Ελλάδα, η Κεντρική Ευρώπη η Σκανδιναβία η Αυστραλία καθώς και οι υπόλοιπες χώρες δείχνουν ιδιαίτερη προτίμηση στις ενυδατικές κρέμες έτσι ώστε να χαρίσουν στο δέρμα τους μια υγιή και ενυδατωμένη όψη κατά την διάρκεια των διακοπών τους.

Οι βλάβες που προκαλούνται στο δέρμα το καλοκαίρι οφείλονται σε δύο παράγοντες:

- A) Στην υπερβολική έκθεση στην ηλιακή ακτινοβολία και
- B) Στην αφυδάτωση που υφίσταται από τις υψηλές θερμοκρασίες και το αλάτι της θάλασσας.

Συνεπώς η αποφυγή της υπερβολικής ηλιοθεραπείας κατά τις επικίνδυνες ώρες (12 έως 4 μ.μ.), η χρήση αντηλιακών και πολύ καλών ενυδατικών κρεμών είναι τα μέσα που προστατεύουν το δέρμα από τις επιδράσεις που δέχεται το καλοκαίρι. Τα ίδια ισχύουν και για τους έχοντες υποστεί μια χειρουργική επέμβαση, μετά την πάροδο βεβαίως ενός χρονικού διαστήματος συνήθως ενός μηνός, από την τέλεση της επέμβασης.

Οι περισσότερες επεμβάσεις αισθητικής πλαστικής μπορούν να διενεργηθούν και τους καλοκαιρινούς μήνες, με εξαίρεση την χρήση περισσότερων ειδών laser.

Σύμφωνα με έρευνες, το δέρμα μας χάνει κατά μέσο όρο 1½ λίτρο νερό κάθε ημέρα, και αυτό ανεξάρτητα από τις «επιθέσεις» των περιβαλλοντικών παραγόντων. Γιατί, όταν η επιδερμίδα εκτεθεί στον κρύο αέρα, στο ζεστό νερό ή σε σκληρά καθαριστικά προϊόντα χάνει σε μεγάλο βαθμό τα προστατευτικά λιπίδιά της και στη συνέχεια το νερό της βρίσκει διέξοδο να φύγει! Αποτέλεσμα: Ξηρή και αφυδατωμένη επιδερμίδα που τραβάει, εμφανίζει λεπτές γραμμές και δεν είναι καθόλου ευχάριστη στην όψη ή στην αφή.

Αρχικά η Δυτική Ευρώπη και στη συνέχεια οι υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες αλλά και κυρίως η Αυστραλία έδειξαν την προτίμησή τους στις αντηλιακές κρέμες διαφόρων εταιρειών και με διαφορετικές τιμές δείκτη προστασίας με σκοπό να φροντίσουν να προστατεύσουν το δέρμα τους από τις ακτίνες υ.ν του ηλίου που μπορούν να προκαλέσουν από απλά εγκαύματα έως και καρκινώματα στο δέρμα. Οι κυριότερες καταστροφικές δράσεις από την έκθεση στον ήλιο, είναι:

- Ερύθημα
- Έγκαυμα
- Φωτοευαισθησία
- Ανοσολογικές μεταβολές

Το ηλιακό ερύθημα οφείλεται σε διαστολή των αγγείων και συνοδεύεται από:

- Αίσθηση θερμότητας, λόγω της αυξημένης αιματικής ροής
- Οίδημα, λόγω της αυξημένης διαπερατότητας των αγγείων
- Πόνο, λόγω της δράσης χημικών ουσιών στις νευρικές απολήξεις.

Όσο αφορά το έγκαυμα οι πλέον εμφανείς κλινικές εκδηλώσεις, που προκαλούνται από την έκθεση στην ακτινοβολία, αφορούν:

- Καταστροφή των βιολογικών μεμβρανών του DNA
- Διαταραχές στη σύνθεση των πρωτεϊνών του DNA και του RNA
- Δημιουργία ενδιάμεσων ουσιών εκδήλωσης φλεγμονής

Κάθε μη φυσιολογική αντίδραση του δέρματος στον ήλιο, χαρακτηρίζεται ως φωτοευαισθησία.

Οι φωτοτοξικές αντιδράσεις περιλαμβάνουν:

- Κυτταρική βλάβη
- Φωτοαλλεργία "ενεργοποίηση του ανοσοποιητικού συστήματος με συνέπεια μη φυσιολογική αντίδραση στο φως".

Ανοσολογικές μεταβολές:

Η υπερϊώδης ακτινοβολία περιορίζει και αλλοιώνει τις ανοσολογικές απαντήσεις και ευνοεί την ανοσοκαταστολή.

Όμως οι γυναίκες που σε αυτές στηρίζετε κυρίως η έρευνα μας φροντίζουν το δέρμα τους όχι μόνο κατά την διάρκεια των διακοπών τους αλλά και όλο το χρόνο χρησιμοποιώντας αντιρυτιδικές και κρέμες νυκτός για να καλύψουν κυρίως τα σημάδια του χρόνου. Χώρες όπως η Ελλάδα η Κεντρική Ευρώπη η Δυτική Ευρώπη αλλά και η Αυστραλία χρησιμοποιούν στην πλειοψηφία τους αντιρυτιδικές και κρέμες νυκτός σε αντίθεση με την Σκανδιναβία όπου δεν έδειξε καθόλου ενδιαφέρον για αυτά τα προϊόντα.

Στην αγορά διατίθενται πληθώρα προϊόντων για την καταπολέμηση των ρυτίδων. Περιέχουν πολλές ουσίες για τις οποίες υπάρχουν ισχυρισμοί ότι βοηθούν κατά των ρυτίδων και ότι μπορούν να προλάβουν ή να επανορθώσουν βλάβες που έχουν προκληθεί από τον ήλιο.

Για μερικές κρέμες έχουν γίνει έρευνες που δείχνουν ότι οι ουσίες που περιέχουν μπορεί να βελτιώνουν τις ρυτίδες. Για πολλές άλλες κρέμες και για τις ουσίες που χρησιμοποιούνται, δεν έχουν γίνει επαρκείς, αυστηρές επιστημονικές εργασίες που να τεκμηριώνουν τις ευεργετικές τους επιδράσεις.

Βέβαια κάποιος δεν μπορεί να περιμένει με μια κρέμα να πετύχει επανόρθωση του προσώπου από τη φθορά του χρόνου, του ήλιου ή του καπνίσματος. Όμως ανάλογα με τον τρόπο και τη διάρκεια χρήσης των κρεμών αυτών και το είδος των ενεργών συστατικών που περιέχουν, είναι δυνατόν να επιτευχθεί έστω και μερική βελτίωση της εμφάνισης του δέρματος.

Η αποτελεσματικότητα των αντιρυτιδικών κρεμών, εξαρτάται από το είδος και την ποσότητα των ενεργών ουσιών που περιέχουν. Το περιεχόμενο αυτό θα καθορίσει το βαθμό βελτίωσης που θα επιτευχθεί στις ρυτίδες του δέρματος.

Μερικές από τις ουσίες που χρησιμοποιούνται συχνά στις αντιρυτιδικές κρέμες είναι οι ακόλουθες:

1. Ρετινόλη

Η ρετινόλη είναι μορφή βιταμίνης Α. Έχει αντιοξειδωτικές ιδιότητες και χρησιμοποιείται ευρέως στις αντιρυτιδικές κρέμες που χορηγούνται χωρίς ιατρική συνταγή.

Οι αντιοξειδωτικές ουσίες εξουδετερώνουν τις ελεύθερες ρίζες οξυγόνου που παράγονται από το φυσιολογικό μεταβολισμό. Οι ρίζες οξυγόνου είναι ασταθή μόρια που καταστρέφουν τα κύτταρα του δέρματος και προκαλούν έτσι ρυτίδες.

2. Τρετινοΐνη

Η τρετινοΐνη (ρετινοϊκό οξύ) είναι παράγωγο της βιταμίνης Α και είναι ισχυρότερη από τη ρετινόλη. Σε πολλές χώρες χρειάζεται ιατρική συνταγή για την αγορά σκευασμάτων που περιέχουν τρετινοΐνη που ενδείκνυται για την τοπική θεραπεία κατά των ρυτίδων.

Οι γυναίκες που είναι έγκυες ή πιθανόν να μείνουν έγκυες, πρέπει να αποφεύγουν τα παράγωγα της βιταμίνης Α διότι αυξάνουν τον κίνδυνο για εκ γενετής ανωμαλίες στα παιδιά.

3. Υδροξυοξέα

Τα άλφα-υδροξυοξέα, τα βήτα-υδροξυοξέα και τα πόλυ-υδροξυοξέα είναι όλα συνθετικές μορφές των οξέων που προέρχονται από φρούτα που

περιέχουν ζάχαρα. Τα οξέα αυτά είναι απολεπιστικά δηλαδή ουσίες που αφαιρούν το πλεόν επιφανειακό στρώμα του δέρματος που έχει γεράσει και απονεκρωθεί. Παράλληλα προάγουν την ανάπτυξη νέου απαλού δέρματος με ομοιόμορφη χροιά.

Επειδή τα υδροξυοξέα αυξάνουν την ευαισθησία του δέρματος στον ήλιο και ευνοούν την πρόκληση φωτογενών βλαβών, είναι απαραίτητο μαζί τους και τουλάχιστον για ακόμη μία εβδομάδα μετά, να χρησιμοποιούνται με ψηλού βαθμού προστασίας αντηλιακές κρέμες.

4. Συνένζυμο Q10 (Coenzyme Q10)

Το συνένζυμο Q10 είναι μια θρεπτική ουσία που βοηθά στη ρύθμιση της παραγωγής ενέργειας από τα κύτταρα. Μερικές έρευνες έδειξαν ότι συμβάλλει στη μείωση των λεπτών ρυτίδων γύρω από τα μάτια χωρίς να έχει παρενέργειες. Άλλες έρευνες έδειξαν ότι η τοποθέτηση κρέμας με συνένζυμο Q10 πριν από την έκθεση στον ήλιο, προστατεύει από τις βλάβες της ηλιακής ακτινοβολίας.

5. Πρωτεΐνες με χαλκό

Ο χαλκός είναι ιχνοστοιχείο που υπάρχει σε όλα τα κύτταρα. Σε προϊόντα που χρησιμοποιούνται για το δέρμα, συνδυάζεται με μικρές πρωτεΐνες που αποκαλούνται πεπτίδια. Τα πεπτίδια με χαλκό, προάγουν την ίαση πληγών, την παραγωγή κολλαγόνου και πιθανόν τη δράση των αντιοξειδωτικών ουσιών.

6. Κινετίνη

Η κινετίνη είναι παράγοντας ανάπτυξης στα φυτά. Μπορεί να συμβάλλει στη βελτίωση των ρυτίδων και προάγει την ομοιογενή χροιά του δέρματος προκαλώντας ελάχιστο ερεθισμό. Δεν είναι γνωστός ο τρόπος δράσης της. Είναι πιθανόν ότι δρα εναντίον των ρυτίδων διότι βοηθά το

δέρμα να συγκρατεί την ύγρανση του, προάγει την παραγωγή κολλαγόνου και πιθανόν να είναι μια ισχυρή αντιοξειδωτική ουσία.

7. Αποστάγματα του τσαγιού

Το πράσινο και το μαύρο τσάι όπως και τα μείγματα τους, περιέχουν ουσίες με αντιοξειδωτικές και αντιφλεγμονώδεις ιδιότητες. Στις κρέμες κατά των ρυτίδων, χρησιμοποιούνται συχνότερα αποστάγματα πράσινου τσαγιού.

Αυτά που πρέπει να προσέχουν οι καταναλωτές

Διάφορα προϊόντα αισθητικής όπως κρέμες και λοσιόν, δεν υπόκεινται στους αυστηρούς ελέγχους που διέπουν τη χρήση των φαρμάκων. Για τους λόγους αυτούς δεν υπάρχουν εγγυήσεις όσον αφορά στην αποτελεσματικότητα και στο περιεχόμενο των διαφόρων σκευασμάτων που προσφέρονται χωρίς ιατρική συνταγή.

Υπάρχουν πολλοί ισχυρισμοί για τη δράση όλων αυτών των προϊόντων κατά των ρυτίδων. Όμως τα περισσότερα σκευάσματα δεν έχουν υποβληθεί στις αυστηρές ολοκληρωμένες έρευνες που απαιτούνται για την τεκμηρίωση της αποτελεσματικότητάς τους όπως για παράδειγμα γίνεται με τα φάρμακα.

Είναι λοιπόν σημαντικό κατά την αγορά αντιρυτιδικών κρεμών, να είναι κατανοητό ότι οι κρέμες που προσφέρονται χωρίς ιατρική συνταγή έχουν διαφορετικό περιεχόμενο σε ενεργές ουσίες από ότι αυτές που αγοράζονται με συνταγή γιατρού. Τα αποτελέσματα των πρώτων, εάν υπάρχουν, είναι περιορισμένα και μικρής διάρκειας.

Το κόστος δεν έχει σχέση με την αποτελεσματικότητα. Επειδή μια αντιρυτιδική κρέμα είναι ακριβή, αυτό δεν σημαίνει ότι είναι αποτελεσματικότερη από ένα πιο φτηνό προϊόν.

Παράλληλα οι καταναλωτές πρέπει να γνωρίζουν ότι για να δουν κάποια αποτελέσματα, πρέπει να χρησιμοποιούν μια αντιρυτιδική κρέμα, μία έως δύο φορές την ημέρα για πολλές εβδομάδες. Επίσης να γνωρίζουν ότι με τη διακοπή της χρήσης της κρέμας, είναι πολύ πιθανόν ότι το δέρμα θα επιστρέψει στην αρχική του κατάσταση.

Πώς μπορείτε να προστατεύσετε το δέρμα σας όσο το δυνατό καλύτερα από τις ρυτίδες;

Μια αντιρυτιδική κρέμα, μπορεί να μειώνει την εμφάνιση των ρυτίδων σας. Αυτό εξαρτάται από το είδος και τη συγκέντρωση των ενεργών ουσιών που περιέχονται στην κρέμα όπως επίσης από την έκταση και σοβαρότητα του προβλήματος.

Εκτός από τη μέθοδο αυτή όμως, υπάρχουν περισσότερο αποτελεσματικές μέθοδοι που μπορείτε διαχρονικά να χρησιμοποιείτε για να διατηρείτε όσο το δυνατό πιο νεανικό το δέρμα σας.

1. Προστατεύετε το δέρμα σας από τον ήλιο

Η έκθεση του δέρματος στις υπεριώδεις ακτίνες, επιταχύνει τη φυσιολογική διαδικασία γήρανσης του δέρματος προκαλώντας ρυτίδες, ατέλειες και τραχύτητα. Η έκθεση στον ήλιο είναι η κυριότερη αιτία των σημείων γήρανσης στο δέρμα συμπεριλαμβανομένων και των περιοχών με ανώμαλη χροιά.

2. Διαλέγετε προϊόντα που παρέχουν αντηλιακή προστασία

Όταν επιλέγετε προϊόντα για τη φροντίδα του δέρματος σας, διαλέγετε εκείνα που παρέχουν και αντηλιακή προστασία. Ο παράγοντας αντηλιακής προστασίας πρέπει να είναι τουλάχιστον 15. Παράλληλα

είναι απαραίτητο να παρέχουν προστασία και από τις δύο μορφές υπεριώδους ακτινοβολίας Α και Β (UVA, UVB).

3. Χρησιμοποιείτε ενυδατικά προϊόντα

Στο δέρμα όταν είναι ξηρό, προκαλούνται αλλοιώσεις των κυττάρων με εμφάνιση λεπτών γραμμών και ρυτίδων πρόωρα. Τα ενυδατικά προϊόντα παρά το γεγονός ότι δεν προλαμβάνουν τη δημιουργία ρυτίδων, μπορούν προσωρινά να καλύπτουν μικρές γραμμές και ρυτίδες.

4. Μην καπνίζετε

Το κάπνισμα προκαλεί στένωση στα μικρά αγγεία της κυκλοφορίας του αίματος που υπάρχουν στα πλέον επιφανειακά επίπεδα του δέρματος. Επίσης προκαλεί βλάβες στο κολλαγόνο και στην ελαστίνη του δέρματος. Το κολλαγόνο και η ελαστίνη δίνουν στο δέρμα τη δύναμη και την ελαστικότητα του. Λόγω των αλλοιώσεων που προκαλεί το κάπνισμα στο δέρμα, προκαλούνται πρόωρα γήρανση, ρυτίδες και πλαδαρότητα.

Ο δερματολόγος μπορεί να σας δίνει χρήσιμες συμβουλές για τη φροντίδα του δέρματος σας και για τυχόν προβλήματα που παρουσιάζει. Ανάλογα με τον τύπο του δέρματος σας και το είδος των προβλημάτων που έχετε, μπορεί να σας συστήνει προϊόντα που θα προμηθεύσετε με ή χωρίς συνταγή για τη φροντίδα του δέρματος σας.

Υπάρχουν βέβαια για την αντιμετώπιση των ρυτίδων και άλλες ιατρικές μέθοδοι όπως κρέμες που χορηγούνται μόνο με συνταγή για χρήση με ιατρικό έλεγχο, ενέσεις αλλαντικής τοξίνης τύπου Α (Botox) και τεχνικές πλαστικής χειρουργικής.

Συμπερασματικά βλέπουμε ότι υπάρχουν διάφοροι τρόποι για την αντιμετώπιση ή πρόληψη των ρυτίδων.

Ο περιορισμός της έκθεσης στον ήλιο και η αποφυγή του καπνίσματος που είναι από τις σημαντικότερες αιτίες πρόκλησης ρυτίδων, βοηθούν σημαντικά στην προστασία από ρυτίδες.

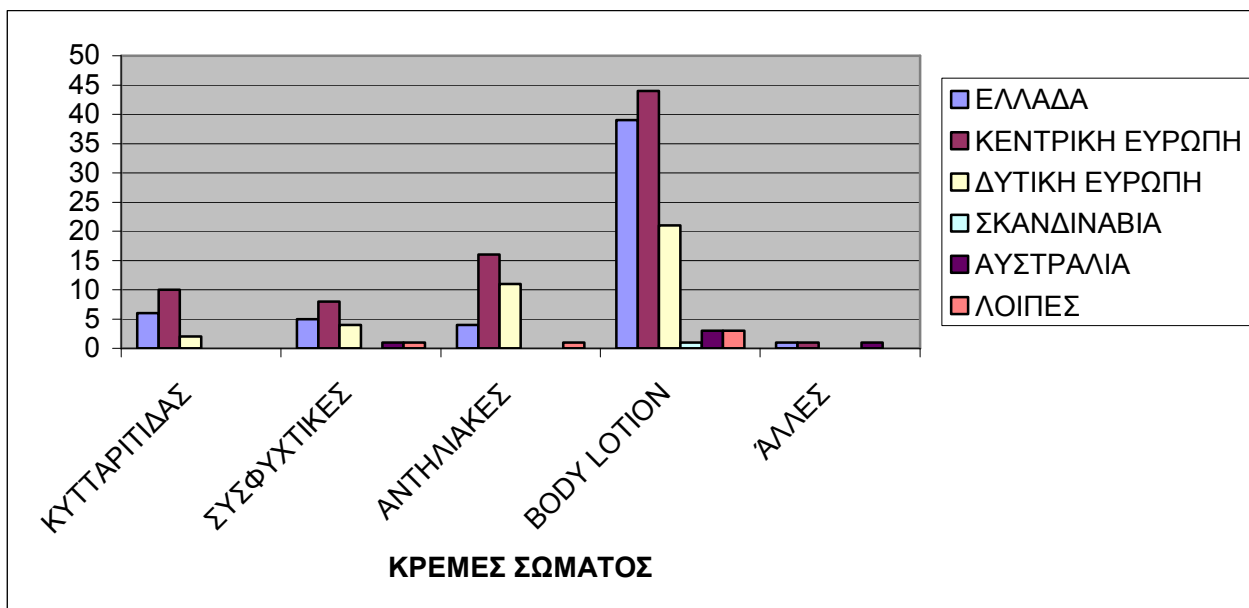
Η επιλογή των κρεμών για αντιρυτιδικούς σκοπούς πρέπει να γίνεται με προσοχή και γνώση έχοντας ρεαλιστικές προσδοκίες για τα αναμενόμενα αποτελέσματα.

Η κρέμα ημέρας είναι πιο ανάλαφρη σε υφή από την κρέμα νυχτός, λιγότερη λιπαρή, με μικρότερες ποσότητες δραστικών συστατικών...και μπορεί να περιέχει δείκτες αντιηλιακής προστασίας.

Συστατικά κρέμας νυχτός

Οι κρέμες νυχτός έχουν μεγαλύτερα ποσοστά ελαίου από τις κρέμες ημέρας. Η περιεκτικότητά τους σε θρεπτικά συστατικά ή κατά της γήρανσης είναι υψηλή, καθώς μπορούν να είναι αυτές τις ώρες και πιο αποδεκτές από το δέρμα, αλλά και πιο αποδοτικές, π.χ. δεν υπάρχει κίνδυνος να προκληθεί φωτοευαισθησία από κάποιο συστατικό της κρέμας και την παράλληλη έκθεση στον ήλιο, ενώ τα συστατικά της δεν χάνονται και δεν μειώνεται η δράση τους, π.χ. από ιδρώτα κ.ά.

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΚΡΕΜΕΣ ΣΩΜΑΤΟΣ ΑΝΑ ΧΩΡΑ



Διάγραμμα 4

Οι καλοκαιρινοί μήνες κάνουν δυσκολότερη τη ζωή ορισμένων ατόμων που έχουν κάποια παραπανίσια κιλά ή γενικότερα δεν είναι ευχαριστημένοι από την όψη του σώματός τους και από τον σωματότυπό τους. Εμείς ρωτήσαμε τις κρέμες που χρησιμοποιούν και τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

Όλες οι χώρες που πήραν μέρος στην έρευνά μας προτιμούν να χρησιμοποιούν για την φροντίδα του σώματός τους BODY LOTION. Ίσως το άρωμα και η λάμψη που προσφέρει στο σώμα να κινεί το ενδιαφέρον του κοινού.

Στην Ελλάδα και στην Κεντρική Ευρώπη ιδιαίτερη προτίμηση έδειξε να υπάρχει στις συσφικτικές και κρέμες κυτταρίτιδας γεγονός που δείχνει ότι οι καταναλωτές στις συγκεκριμένες χώρες ενδιαφέρονται ουσιαστικά για την όψη και την υγεία του σώματος τους σε αντίθεση με τις άλλες χώρες που δεν έδειξαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα συγκεκριμένα προϊόντα. Ίσως το κλίμα και η νοοτροπία που υπάρχει σε κάθε χώρα

ξεχωριστά να αποσπά την προσοχή του κοινού έτσι ώστε να την κάνει να ενδιαφερθεί περισσότερο για την υγεία και το ρόλο που παίζει η εξωτερική εμφάνιση του δέρματος. Καμία μέθοδος δεν έχει αποδείξει ότι μπορεί να θεραπεύσει την δερματική δυσμορφία αυτή (γιατί ο όρος "κυσταρίτιδα" δεν είναι ο πιο δόκιμος, μια και δεν μιλάμε για φλεγμονή του δέρματος).

Οι αιτίες είναι ακόμη άγνωστες. Μόνο παράγοντες που εμπλέκονται έχουν αναφερθεί και είναι κυρίως ορμονικοί και διατροφικοί.

Μάλιστα, οι καλύτερες μέθοδοι για την αντιμετώπιση της(= καθυστέρηση εμφάνισής της, περιορισμό εξάπλωσής της), είναι :

1. σωστή διατροφή,
2. άθληση,
3. μειωμένο στρες

Τα υπόλοιπα συμβάλλουν σε μικρότερο βαθμό στην αντιμετώπιση, και περισσότερο στο να σας πάρουν τα χρήματα.

Με μεγάλη ικανοποίηση διαπιστώσαμε την προτίμηση των χωρών της κεντρικής και δυτικής Ευρώπης όσο αφορά την χρησιμοποίηση αντηλιακών κρεμών σώματος κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών σε αντίθεση με τη χώρα μας όπου πολύ λίγοι έδειξαν την προτίμησή τους σε αυτά τα προϊόντα. Μάλλον οι Έλληνες καταναλωτές θα πρέπει να ενδιαφερθούν για περαιτέρω ενημέρωση όσο αφορά τις αντενδείξεις της ηλιακής ακτινοβολίας.

Οι απώτερες βλαπτικές δράσεις από έκθεση στην ηλιακή ακτινοβολία είναι οι εξής:

- Φωτοκαρκινογένεση
- Φωτογήρανση

ΦΩΤΟΚΑΡΚΙΝΟΓΕΝΕΣΗ:

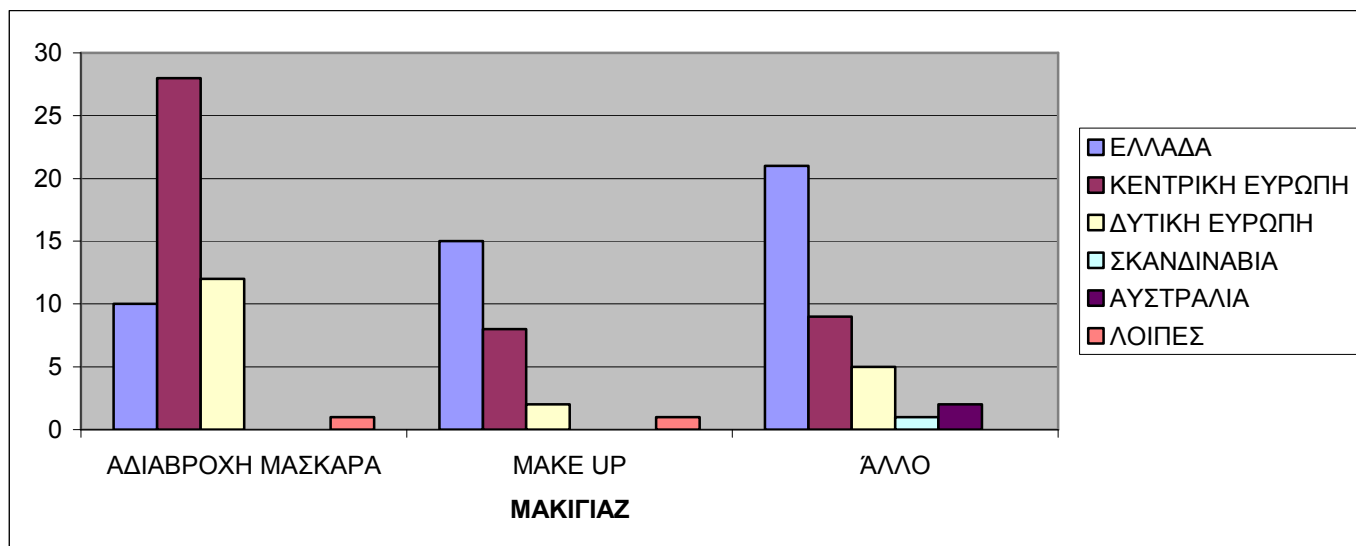
Επιδημιολογικές μελέτες υποστηρίζουν ότι η έκθεση στην ηλιακή ακτινοβολία διαδραματίζει ένα σημαντικό ρόλο στην εμφάνιση των περισσότερων βασεοκυτταρικών και ακανθοκυτταρικών καρκινωμάτων και των κακοήθων μελανωμάτων.

ΦΩΤΟΓΗΡΑΝΣΗ

Οι μεταβολές στην όψη και στη λειτουργία του δέρματος, οι οποίες προκαλούνται από τη συνεχή και μακροχρόνια έκθεση στον ήλιο, χαρακτηρίζονται ως φωτογήρανση. Η φωτογήρανση διαφέρει από την φυσιολογική γήρανση του δέρματος που παρατηρείται με την πάροδο του χρόνου.

από τις προαναφερθείσες καταστροφές του δέρματος, που προκαλούνται από έκθεση στην ηλιακή ακτινοβολία, προκύπτει η ανάγκη προστασίας από τον ήλιο. Σε δέρμα που δεν προστατεύεται, η έκθεση στον ήλιο όπως επισημάνθηκε, οδηγεί σε δερματολογικές αντιδράσεις, όπως ερύθημα, έγκαυμα, φωτοαλλεργίες, κλπ και σε ανοσοκαταστολή.

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΜΑΚΙΓΙΑΖ ΑΝΑ ΧΩΡΑ



Διάγραμμα 5

Το μακιγιάζ από την αρχαιότητα έπαιζε σημαντικό ρόλο στη ζωή των γυναικών κυρίως γιατί με αυτό τον τρόπο ένιωθαν καλύτερα με τον εαυτό τους επίσης ένιωθαν περισσότερο όμορφες αλλά και γιατί έτσι έκφραζαν τα συναισθήματα τους παίζοντας με τα χρώματα και χρησιμοποιώντας την φαντασία τους. Στην παρούσα έρευνα οι γυναίκες ρωτήθηκαν για τις αλλαγές στην αγορά των προϊόντων τους κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών. Οι περισσότερες χώρες έδειξαν την προτίμηση τους στην αγορά αδιάβροχης μάσκαρας θέλοντας έτσι να αποφύγουν την πραγματοποίηση “δυσάρεστων περιστατικών” σε περίπτωση που βραχεί το πρόσωπο τους αφού τις περισσότερες ώρες της ημέρας τις περνούν σε κάποια παραλία. Κυρίως οι Ελλάδα και η Κεντρική Ευρώπη σε αντίθεση με τις άλλες χώρες χρησιμοποιούν σκουρότερου χρώματος μείκ απ θέλοντας έτσι να φανεί η επιδερμίδα τους περισσότερο μαυρισμένη και λαμπερή.

Στις περισσότερες χώρες η απάντηση που έδωσαν οι καταναλωτές ήταν “κάτι άλλο” θέλοντας έτσι να δείξουν εμμέσως πλην σαφώς πώς δεν πραγματοποιούν κάποια ιδιαίτερη αγορά αφού το καλοκαίρι είναι μια εποχή ανάλαφρη με περισσότερη έμφαση στην διασκέδαση και το κολύμπι.

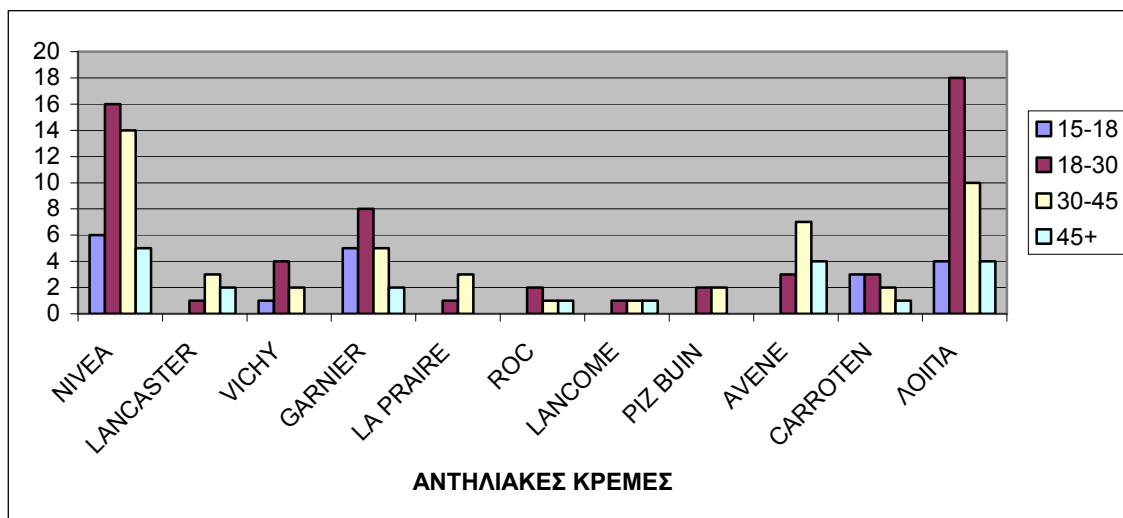
Το μακιγιάζ το καλοκαίρι αλλάζει, ώστε η όψη του προσώπου να γίνεται πιο «ζεστή», ενώ τα χρώματα ακολουθούν τις αποχρώσεις της ανατολής και της δύσης του ήλιου, της άμμου και της θάλασσας. Οι φροντίδες απλοποιούνται και γίνονται όσο το δυνατόν πιο δροσερές, τόσο στο πρόσωπο όσο και στα μαλλιά. Για να πετύχετε μια όμορφη καλοκαιρινή εμφάνιση, δεν χρειάζεται ιδιαίτερος κόπος, αλλά πρακτικές έξυπνες λύσεις



Τα προϊόντα μακιγιάζ χρειάζονται ιδιαίτερη φροντίδα το καλοκαίρι; Ναι! Οι υψηλές θερμοκρασίες μπορεί να αλλοιώσουν τη σύστασή τους, με αποτέλεσμα να αλλοιώνεται και η υφή τους, να μειώνεται η κάλυψη που προσφέρουν, ενώ μπορεί να γίνουν επικίνδυνα για την υγεία της επιδερμίδας. Δεν πρέπει να τα εκθέτεις σε χώρους με ήλιο, υψηλές θερμοκρασίες και υγρασία, και φυσικά να μην τα παίρνεις ποτέ μαζί σου στην παραλία και να μην τα αφήνεις μέσα σε αυτοκίνητο παρκαρισμένο στον ήλιο. Μια πολύ καλή λύση είναι να βάζεις στο ψυγείο ό,τι μπορεί να λιώσει και να αλλοιωθεί.

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΕ ΚΑΛΥΝΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΑΝΤΗΛΙΑΚΩΝ ΚΡΕΜΩΝ ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ



Διάγραμμα 6

Ανάλογα με την ηλικία τους οι καταναλωτές έχουν διαφορετική άποψη όσο αφορά την προτίμηση τους στα διάφορα καλλυντικά προϊόντα. Όσο περνάει η ηλικία διαφοροποιούνται και οι ανάγκες του δέρματος προσώπου και σώματος για προστασία.

Στην ηλικία των 15 έως 18 χρόνων η πλειοψηφία των ανηλίκων προτιμά για να προστατέψει το δέρμα του από τις ηλιακές ακτινοβολίες με την χρησιμοποίηση της εταιρίας NOVAE. Το ίδιο ισχύει και για τις υπόλοιπες ηλικίες όπως φαίνετε και στο διάγραμμα. Μια δεύτερη προτίμηση δείχνει να υπάρχει στα προϊόντα της εταιρείας GARNER ενώ ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό αδιαφορεί για την εταιρεία αρκεί το προϊόν που χρησιμοποιεί να καλύπτει τις ανάγκες του όποιες και αν είναι αυτές "κόστος,άρωμα,εμφάνιση". Γενικά όλες οι ηλικίες έδειξαν την προτίμηση τους στις ίδιες εταιρίες και έτσι δείχνουν την άγνοια τους για τις ανάγκες του δέρματος με το πέρασμα της ηλικίας για όλο και περισσότερη ουσιαστική και δημιουργική φροντίδα. Ίσως θα πρέπει να

γίνετε καλύτερη ενημέρωση στους καταναλωτές σχετικά με τις ανάγκες του δέρματος για προστασία με το πέρας των χρόνων.

Για να γίνει ο ήλιος φίλος και όχι εχθρός μας, θα πρέπει να μάθουμε να προφυλάσσουμε το δέρμα μας από αυτόν. Σύμμαχός μας σε αυτό, θα είναι φυσικά ένα καλό αντηλιακό με ανάλογο δείκτη προστασίας. Όσο μεγάλος όμως και να είναι ο δείκτης αυτός, στην ουσία ποτέ δε θα είμαστε απόλυτα προστατευμένοι από τον ήλιο. Για αυτό ακριβώς, παίζει εξίσου σημαντικό ρόλο η κοινή λογική. Φυσικά και μας ευχαριστεί ένα μπάνιο στη θάλασσα, πολλές ώρες ηλιοθεραπείας όμως, μάλλον μας βλάπτουν. Όσο για την επιλογή αντηλιακού; Αρκεί να θυμάται κανείς ότι τα αντηλιακά με δείκτες από 6 μέχρι 10 προσφέρουν χαμηλή, από 15 μέχρι 25 μέτρια και από 30 μέχρι 50 υψηλή προστασία. Εφαρμόζουμε λοιπόν σχολαστικά αρκετή ποσότητα αντηλιακού 30 λεπτά περίπου πριν μας «δει» ο ήλιος. Τα αδιάβροχα αντηλιακά είναι μία καλή επιλογή για την πισίνα αλλά και τη θάλασσα. Ακόμα και κάτω από την ομπρέλα, ο ήλιος μπορεί να γίνει επικίνδυνος: ξαναβάζουμε αντηλιακό ανά τακτά χρονικά διαστήματα, ειδικά μετά από άσκηση, κολύμπι, παιχνίδι ή σκούπισμα του δέρματος με πετσέτα. Ενδείκνυται η χρήση T-shirt και καπέλου ειδικά για τα παιδιά. Τα παιδιά πρέπει ακόμη να χρησιμοποιούν αντηλιακά με μεγάλους δείκτες προστασίας και όπως όλοι, να αποφεύγουν τον ήλιο όταν είναι πολύ δυνατός (από 10π.μ. – 4μ.μ.). Αξίζει να σημειωθεί ότι τέτοιου τύπου εγκαύματα σε παιδική και εφηβική ηλικία αυξάνουν το ποσοστό εμφάνισης μελανώματος. Τέλος, ο γιατρός είναι εκείνος που θα μας πει τι είδους φροντίδα χρειαζόμαστε ανάλογα με το ιατρικό μας ιστορικό

Τα παιδιά είναι πιο ευάλωτα στην έκθεση στον ήλιο αφού αφενός η προστασία τους είναι δική μας ευθύνη και αφετέρου δεν έχουν δημιουργήσει ακόμη τη μελανίνη τους. Έτσι πρέπει να αποφεύγουν

απόλυτα τα ηλιακά εγκαύματα, διότι προδιαθέτουν για την εμφάνιση καρκίνου του δέρματος και μελανώματος.

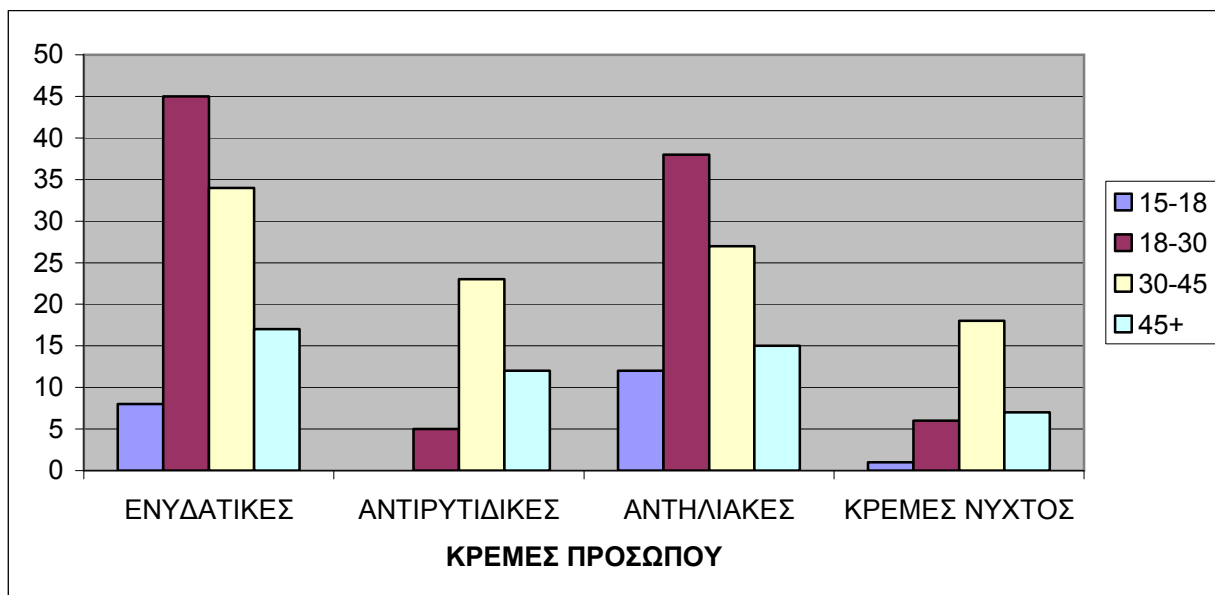
Πρέπει να φροντίζουμε λοιπόν να:

- Φοράνε μπλουζάκι στη θάλασσα.
- Στην παραλία τα «περιορίζουμε» στη σκιά με καπέλο και αντηλιακό.
- Και επειδή ως παιδιά δεν κάνουν μπάνιο με ρολόι, πρέπει να μάθουν ότι όταν δεν βλέπουν τη σκιά τους ο ήλιος είναι ψηλά και καίει.
- Κατάλληλη ώρα για να μπουν στη θάλασσα είναι το πρωί και το απόγευμα μετά τις 4.30-5.00, που η σκιά τους γίνεται ίση με το σώμα τους.
- Οι γονείς επιπλέον νομίζουν ότι τα παιδιά τους είναι «ασφαλή» όταν χρησιμοποιούν ένα αντηλιακό «ολικής προστασίας». Η λανθασμένη αυτή έννοια της ασφάλειας, με επακόλουθο την υπερβολική έκθεση στον ήλιο, εκμηδενίζει την προστατευτική δράση των αντηλιακών. Τα αντηλιακά προϊόντα είναι μια εξαιρετική βοήθεια μόνο όταν χρησιμοποιούνται σωστά.
- Στα νεογνά και μωρά απαγορεύεται πλήρως η έκθεση στον ήλιο.

Οι απαιτήσεις από ένα αντηλιακό διαφέρουν ανάλογα με την ηλικία και τον τύπο του δέρματος. Πριν αγοράσετε ένα, κάντε ένα αναλυτικό ρεπορτάζ αγοράς και συμβουλευτείτε τους ειδικούς.

Κανένας δείκτης προστασίας δεν προσφέρει ολοκληρωτική προστασία. Καλό είναι να ανανεώνετε το αντηλιακό κάθε δύο με τρεις ώρες και φυσικά κάθε φορά που βγαίνετε από τη θάλασσα. Η χρήση αντηλιακής κρέμας προσώπου είναι απαραίτητη όχι μόνο στην παραλία, αλλά και μέσα στην πόλη. Προσοχή: Ακόμα και όταν είναι αδιάβροχη, θα πρέπει να επαναλαμβάνετε τη διαδικασία ανά δύο περίπου ώρες.

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΚΡΕΜΕΣ ΠΡΟΣΩΠΟΥ ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ



Διάγραμμα 7

Η ομορφιά είναι κάτι που υπάρχει μέσα στον καθένα μας. Απ’ τη στιγμή που οι ίδιοι νιώθουμε όμορφα με τον εαυτό μας, αυτό θα βγάλουμε και προς τα έξω. Φυσικά όμως, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι τόσο η ψυχή όσο και το σώμα μας θα πρέπει να ακτινοβολούν από υγεία, προκειμένου να νιώθουμε αυτή την ευεξία. Το πρώτο βήμα για να εκπέμπουμε αυτή τη λάμψη είναι να εισάγουμε στην ζωή μας όρους όπως σωστή διατροφή κι άσκηση.

Το δέρμα μας είναι κάτι που ποτέ δεν πρέπει να ξεχνάμε, αφού πρόκειται για τον καθρέφτη της ψυχής μας που αντανακλά κάθε συναίσθημά μας, ανά πάσα ώρα και στιγμή. Δυστυχώς στο περιβάλλον που ζούμε, το μόνο που εισπράττουμε είναι μεγάλες δόσεις μολυσμένου αέρα, ρύπους και τοξίνες, με αποτέλεσμα να κάνουμε το δέρμα μας ν’ ασφυκτιά, να μην αναπνέει και να αφυδατώνεται συνεχώς. Απ’ τις πρωταρχικές περιποιήσεις του δέρματός μας σε πρόσωπο και σώμα, ιδίως τώρα τους καλοκαιρινούς μήνες όπου οι κλιματολογικές συνθήκες μπορεί να ’ναι ακραίες, είναι η ενυδάτωσή του.

Ενυδάτωση είναι μια αισθητική περιποίηση του δέρματος, με την οποία το βοηθούμε να επανακτήσει την χαμένη του υγρασία, αλλά και να μπορέσει να την διατηρήσει στις στοιβάδες του. Βέβαια δεν είναι απαραίτητο να 'ναι ένα δέρμα αφυδατωμένο για να χρήζει τέτοιας θεραπείας, αφού μπορεί να γίνει και προληπτικά σε υγιή δέρματα που όμως θέλουν να συντηρήσουν την εικόνα τους.

Η περιεκτικότητα του ανθρώπινου σώματος σε νερό είναι πολύ μεγάλη. Η διατήρηση αυτής της ποσότητας νερού εξαρτάται απ' την ισορροπία μεταξύ πρόσληψης κι απώλειας. Το νερό κι οι ηλεκτρολύτες προσλαμβάνονται με την τροφή και τα ποτά κι αποβάλλονται με τα ούρα, τα κόπρανα και τον ιδρώτα. Η χαμένη υγρασία της επιδερμίδας θα πρέπει ν' αναπληρώνεται καθημερινά με την χρήση των σωστών προϊόντων ώστε το δέρμα να παραμένει πάντα απαλό και ελαστικό. Αντικαθιστούμε έτσι τα λιπίδια και το νερό που αποβάλλεται λόγω ηλικίας, κλίματος ή κι ασθενειών.

Όπως όλα τα προϊόντα έτσι και οι κρέμες ημέρας ανάλογα με την ηλικία διαφοροποιούνται. Στην εφηβική ηλικία οι ανάγκες του δέρματος είναι πολύ λιγότερες αφού το δέρμα είναι ακόμα νεανικό και σφύζει από υγεία σε αντίθεση με τις μεγαλύτερες ηλικίες όπου η επιδερμίδα σιγά σιγά χάνει την ελαστικότητά της και αυξάνεται η ανάγκη του δέρματος σε ενυδάτωση και περαιτέρω προστασία έτσι ώστε να διατηρηθεί σφριγηλό υγιές και όσο το περισσότερο νεανικό γίνεται. Οι έφηβοι στην πλειοψηφία τους χρησιμοποιούν αντηλιακές και ενυδατικές κρέμες ενώ οι ηλικίες από 18 και άνω εκτός από την χρησιμοποίηση αντηλιακών και ενυδατικών κρεμών έδειξαν ενδιαφέρον και για αντιρυτιδικές κρέμες όπως και κρέμες νυκτός. Αυτό ως επί το πλείστον δείχνει το ενδιαφέρον του κοινού για την διατήρηση του δέρματος του σε όσο περισσότερο καλύτερη κατάσταση γίνετε και η πεποίθηση του στο ότι

χρησιμοποιώντας διάφορες κρέμες ακόμα και από μικρότερη ηλικία μπορούμε να επιδιώξουμε ένα καλύτερο αποτέλεσμα στην εμφάνιση και υγεία του προσώπου αφού πάντα δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην εξωτερική όψη. Αυτό δεν είναι όμως ιδιαίτερα καλό αφού όπως θα δούμε παρακάτω οι καταναλωτές έχουν πλήρη άγνοια για τα συστατικά που περιέχει το προϊόν που χρησιμοποιούν με αποτέλεσμα να δημιουργούν προβλήματα όπως αλλεργίες στο πρόσωπό τους.

Γενικά τίθεται σχετικό όριο της ηλικίας των 30 ετών περίπου, πάνω από το οποίο μπορούμε να χρησιμοποιούμε κρέμα νυχτός. Εννοείται όμως πως σημαντικό ρόλο παίζει ο τύπος του δέρματός μας, οι ιδιαίτερες ανάγκες του και η γενικότερη προστασία που του παρείχαμε όλα τα προηγούμενα χρόνια, π.χ. σωστή διατροφή, αντιηλιακή προστασία, καλός ύπνος, αποφυγή καταχρήσεων, όπως τσιγάρο, αλκοόλ κ.λπ.

Πότε χρειαζόμαστε την κρέμα νυχτός:

Χρήσιμη είναι στις γυναίκες από 30 ετών και άνω για ενίσχυση του δέρματος, πρόληψη της φωτογήρανσης και των ρυτίδων.

Στις γυναίκες άνω των 40 - 45 ετών είναι απολύτως αναγκαία, που λόγω της εμμηνόπαυσης μειώνονται τα λιπίδια της επιδερμίδας τους.

Περισσότερο αναγκαία είναι στις γυναίκες με ξηρό δέρμα (συνήθως είναι τραχύ, θαμπό, λεπτό, ευαίσθητο, με τάσεις απολέπισης), οι οποίες κινδυνεύουν περισσότερο από τη φωτογήρανση και την εμφάνιση ρυτίδων.

Καθώς το δέρμα γερνάει, χάνει την ελαστικότητά του. Το κολλαγόνο και η ελαστίνη, οι ιστοί που διατηρούν το δέρμα ελαστικό, αδυνατίζουν. Το

δέρμα γίνεται λεπτότερο, και χάνει το λίπος του, κι έτσι φαίνεται λιγότερο plump και λείο. Και ενώ συμβαίνουν όλες αυτές οι αλλαγές, έχουμε και τη βαρύτητα που δρα σιγά-σιγά, τραβώντας προς τα κάτω το δέρμα κάνοντάς το να "κρεμάει".

Μπορούν να αποφευχθούν οι ρυτίδες;

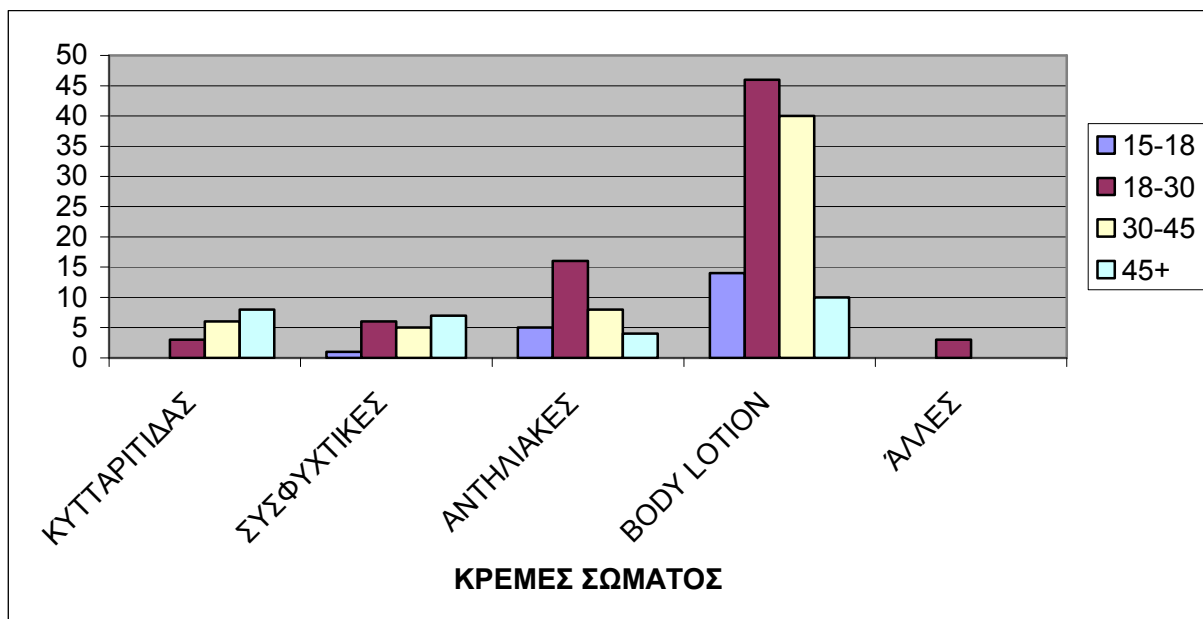
Το πόσο ρυτιδωμένο θα γίνει το δέρμα, εξαρτάται κυρίως από τον βαθμό έκθεσης στην ηλιακή ακτινοβολία κατά τη διάρκεια της ζωής μας. Ο ήλιος είναι η κύρια αιτία της γήρανσης του δέρματος . Οι ρυτίδες εξαρτώνται επίσης και από το αν έχουν οι γονείς σας ή όχι τη προδιάθεση για εμφάνιση ρυτίδων αφού είναι κληρονομική.

Ευτυχώς, μερικές ρυτίδες μπορούμε να τις προλάβουμε. Η πρόληψη των ρυτίδων που προκαλούνται από τον ήλιο γίνεται με τη σωστή χρήση ενός αντηλιακού με δείκτη (SPF) τουλάχιστον 15, τη χρήση καπέλων και άλλων προστατευτικών ρούχων. Περιορίστε την έκθεση στον ήλιο κατά τις ώρες από 10.00 μέχρι τις 15.00.

Οι διάφορες καλλυντικές "αντιρυτιδικές" κρέμες και γαλακτώματα μπορεί να ενυδατώνουν το δέρμα και να το κάνουν να το αισθανόμαστε απαλό, αλλά δεν έχουν καμιά δράση στην πρόληψη των ρυτίδων.



ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΚΡΕΜΕΣ ΣΩΜΑΤΟΣ ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ



Διάγραμμα 8

Στις κρέμες σώματος ιδιαίτερο ενδιαφέρον δείχνει να υπάρχει στην χρησιμοποίηση των body lotion ανεξαρτήτως ηλικίας και σε μικρότερο βαθμό στις αντηλιακές κρέμες. Από 30 ετών και άνω σίγουρα υπάρχει μεγαλύτερη προτίμηση στις κρέμες κυτταρίτιδας αν και όπως θα δούμε παρακάτω οι περισσότεροι δεν είναι πεπεισμένοι για τα αποτελέσματα που μπορεί να επιφέρει ένα τέτοιο προϊόν. Σύμφωνα με την έρευνα μας η πλειοψηφία προτιμά η χρησιμοποίηση του προϊόντος αυτού να γίνεται σε συνεργασία με κάποια δίαιτα ή με κάποιες ασκήσεις γυμναστικής αν και το βάρος δεν παίζει ιδιαίτερο ρόλο στην εμφάνιση της κυτταρίτιδας. Επίσης στις ίδιες ηλικίες η χρησιμοποίηση μιας κρέμας σύσφιξης δείχνει να έχει κάποια απήχηση όχι όμως σε σημαντικό βαθμό.



Γιατί οι γυναίκες;

Είναι γεγονός λοιπόν ότι περισσότερο οι γυναίκες και πολύ λιγότερο οι άντρες παραπονιούνται για πρόβλημα κυτταρίτιδας. Αυτό δεν είναι αποτέλεσμα μόνο εξωτερικών παραγόντων, π.χ. λόγω κακής διατροφής, αλλά έχει να κάνει και με τον διαφορετικό τρόπο με τον οποίο ο ανδρικός και ο γυναικείος οργανισμός επιτελούν βασικές βιολογικές λειτουργίες.

Οι γυναικείες ορμόνες, τα οιστρογόνα βοηθούν το σώμα να δημιουργήσει

μικρές αποθήκες λίπους ακριβώς κάτω από το δέρμα με αποτέλεσμα τα αντιαισθητικά λακκάκια.

Η τάση που παρατηρείται στο γυναικείο σώμα για δημιουργία κυτταρίτιδας οφείλεται σε ένα μικρό ποσοστό και στα γονίδια. Αυτός είναι και ο λόγος που ακόμα και οι γυναίκες που δεν αντιμετωπίζουν πρόβλημα βάρους ή που γυμνάζονται εντατικά εμφανίζουν , έστω σε περιορισμένο βαθμό, κυτταρίτιδα.

Σε πρώτο στάδιο οι γυναίκες που έχουν κυτταρίτιδα ήταν προκαθορισμένο από την στιγμή που γεννήθηκαν να την αναπτύξουν. Η εμφάνισή της στα κορίτσια συμβαίνει για πρώτη φορά κοντά στην ηλικία των 14 ετών, οπότε υπάρχει και έντονη ορμονική δραστηριότητα. Η κυτταρίτιδα επιδεινώνεται όσο μεγαλώνει η κοπέλα καθώς το υποδόριο στρώμα της επιδερμίδας αρχίζει να λεπταίνει. Η κυτταρίτιδα επίσης εμφανίζεται σε νέες μητέρες αμέσως μετά την γέννα και ακόμα στις γυναίκες που κάνουν χρήση αντισυλληπτικών χαπιών για μεγάλο χρονικό διάστημα.

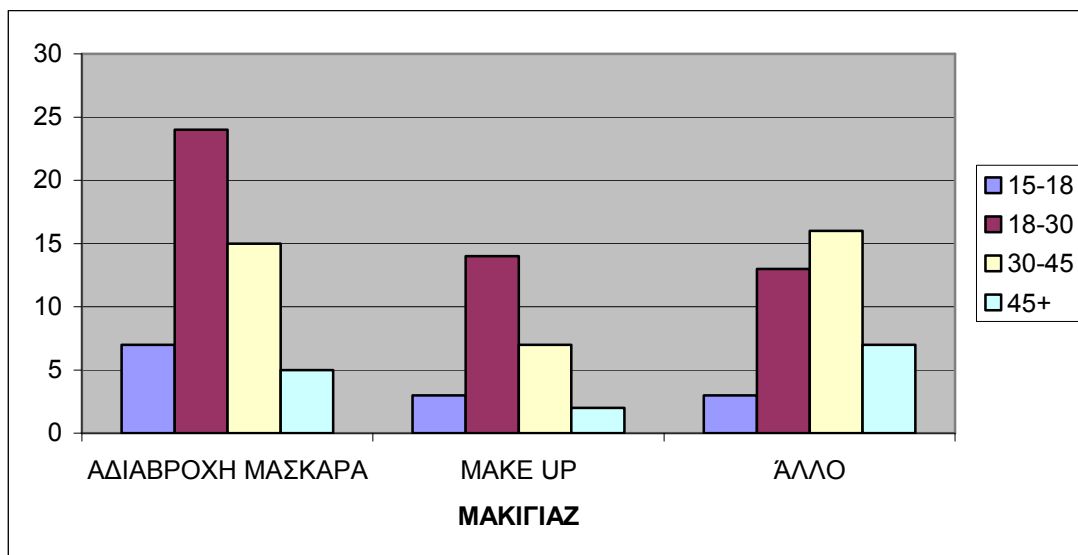
Η κυτταρίτιδα τέλος μπορεί να αναπτυχθεί σε συγκεκριμένο σημείο του σώματος που έχει τραυματιστεί σοβαρά και έχει πιθανόν διαταραχθεί το κυκλοφορικό σύστημα.

Οι άντρες σπανιότερα εμφανίζουν κυτταρίτιδα και αυτό εξαιτίας του πλέγματος των λιπωδών ιστών που βρίσκονται στο βάθος της επιδερμίδας.

Όσο αφορά τις αντηλιακές κρέμες σώματος υπάρχει κάποιο ενδιαφέρον στις ηλικίες από 30 ετών και άνω σε αντίθεση με την ηλικία από 15 έως 18 ετών όπου η προτίμηση ήταν πολύ μικρότερη. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω η ενημέρωση κυρίως των εφήβων για την δράση της ηλιακής ακτινοβολίας και των προβλημάτων που μπορεί να επιφέρει είναι

σημαντικά ελλιπής αφού το μόνο ενδιαφέρον που έχουν οι έφηβοι είναι η πραγματοποίηση μιας μαυρισμένης επιδερμίδας νομίζοντας πως αυτό μπορούν να το πετύχουν ευκολότερα με την μη χρησιμοποίηση αντηλιακού προϊόντος.

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΜΑΚΙΓΙΑΖ ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ



Διάγραμμα 9

Το μακιγιάζ χρησιμοποιείτε από όλες τις ηλικίες είτε σε μεγαλύτερο είτε σε μικρότερο βαθμό. Όσο αφορά την αλλαγή στην αγορά των προϊόντων όλοι οι καταναλωτές που ρωτήθηκαν ανεξαρτήτου ηλικίας έδειξαν και πάλι την προτίμηση τους σε ένα προϊόν 'όπως είναι η αδιάβροχη μάσκαρα αφρού θεωρείται το πλέον εύχρηστο κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών όπου η επαφή με το νερό είναι συνεχής και επαναλαμβανόμενη.

Σκουρότερου χρώματος μείκ απ χρησιμοποιούν περισσότερο οι ηλικίες από 18 έως 30 ετών ενώ το υπόλοιπο ποσοστό δεν δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον σε κάποια αγορά που να αφορά το μακιγιάζ αφού όπως έχει προαναφερθεί οι καταναλωτές ενδιαφέρονται λιγότερο για το χρώμα στο πρόσωπο τους την διάρκεια του καλοκαιριού αλλά το ενδιαφέρον τους

κινείτε κυρίως γύρω από την μαυρισμένη επιδερμίδα που μπορούν και θέλουν να αποκτήσουν.

Κλέψτε» χρόνια!

Πολλές γυναίκες ίσως νομίζουν ότι μετά τα πρώτα ...άντα αρχίζει η αντίστροφη μέτρηση, που συνεχίζεται ακάθεκτη, όσο περνούν τα χρόνια. Αυτό ακούγεται μάλλον υπερβολικά δραματικό, αλλά, ακόμη κι αν περιέχει κάποια (περιορισμένη) δόση αλήθειας, και πάλι υπάρχουν έξυπνοι τρόποι για να «κλέβετε» χρόνια και να κερδίζετε τις εντυπώσεις, αγνοώντας το πέρασμα του χρόνου...

Επειδή, τελικά, όλες οι γυναίκες είμαστε όσο φαινόμαστε, καλό είναι να φαινόμαστε νεότερες από την πραγματική μας ηλικία... Αυτό μπορείτε να το πετύχετε με σχετική ευκολία, εφαρμόζοντας κάποια πανέξυπνα κόλπα, που καταφέρνουν να «κόβουν» χρόνια και να «προσθέτουν» αρκετή νιότη, «ξεγελώντας» όσους προσπαθούν να μαντέψουν την πραγματική σας ηλικία.

Βέβαια, η αντιγήρανση, πρέπει ν' αρχίσει να σας απασχολεί από νωρίς (ήδη από τα 25...) και ν' αποτελεί μόνιμη φροντίδα σας. Αλλά, ακόμη κι αν δεν έχετε το αναμενόμενο ή το επιθυμητό αποτέλεσμα στη μάχη με το χρόνο, πρέπει να είστε πάντα σε θέση να «εξαπατάτε» τους περιέργους και να φαίνεστε αρκετά νεότερες από την πραγματική σας ηλικία. Όχι τόσο για να κερδίζετε το θαυμασμό των άλλων (κάτι που σίγουρα ενδιαφέρει όλες τις γυναίκες...), όσο για να αισθάνεστε οι ίδιες άνετα και όμορφα.

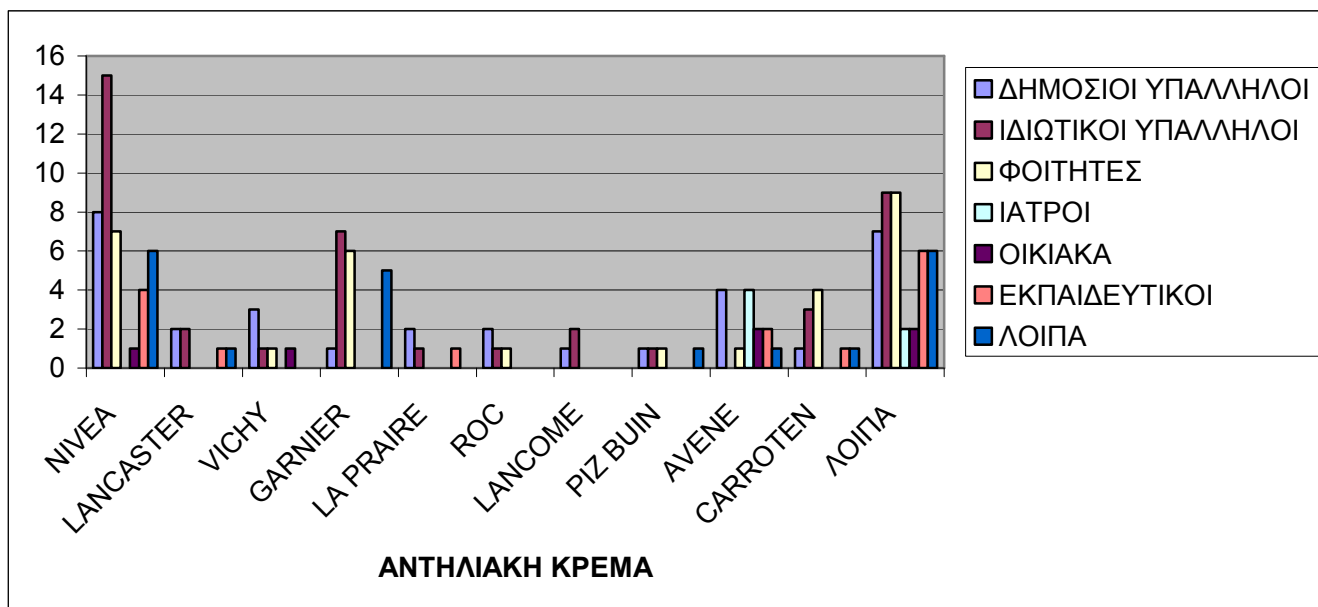
Υιοθετήστε το κατάλληλο μακιγιάζ...

Είναι γεγονός ότι με τις φυσικές γήινες αποχρώσεις όλες κερδίζουμε «πόντους» και κλέβουμε... χρόνια. Μη διστάσετε, λοιπόν, ούτε στιγμή να προτιμήσετε την παλέτα με τα γήινα, που εγγυημένα θα σας κολακέψουν.



1.3. ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΕ ΚΑΛΥΝΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΝΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΤΑ ΑΝΤΗΛΙΑΚΑ ΑΝΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ



Διάγραμμα 10

Στην επιλογή των αντηλιακών προϊόντων καθώς και των διαφόρων καλλυντικών προϊόντων σημαντικό ρόλο παίζει το επάγγελμα και ως επί το πλείστον η μόρφωση του καθενός έτσι ώστε να επιτευχθεί ευκολότερα ή δυσκολότερα η πραγματοποίηση της αγοράς. Στην παρούσα έρευνα έλαβαν μέρος άτομα από διάφορα επαγγέλματα όπως κάποια από αυτά είναι; ``εκπαιδευτικοί, δημόσιοι ιδιωτικοί και ταχυδρομικοί υπαλλήλοι, φοιτητές, ιατροί, γυναίκες που ασχολούνται με οικιακές εργασίες και άλλα διαφορετικών ειδών επαγγέλματα``.

Στην αγορά αντηλιακών προϊόντων το περισσότερο ενδιαφέρον στράφηκε και πάλι στην εταιρεία της NIVEA σε όλα τα επαγγέλματα όπως επίσης στην εταιρεία της GARNIER και σε μικρότερο ποσοστό στην εταιρεία της AVENE. Η ταύτιση αυτή στις προτιμήσεις των καταναλωτών είτε είναι διαφορετικής καταγωγής, ηλικίας και μόρφωσης μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η ενημέρωση των καταναλωτών πραγματοποιείται κυρίως από ``στόμα σε στόμα`` και όχι από την έμπειρη διαπαιδαγώγηση από κάποιον ειδικό. Σημαντικό ποσοστό δεν δείχνει ενδιαφέρον για την εταιρεία που ανήκει το προϊόν που χρησιμοποιεί ίσως όμως αυτό να είναι ένα καλό βήμα έτσι ώστε οι καταναλωτές να πειστούν πώς αυτό που έχει σημασία δεν είναι η ``μάρκα`` του προϊόντος αλλά η προστασία και η αποτελεσματικότητα που προσφέρει αυτό στο δέρμα αλλά και στην υγεία γενικότερα.

Προσοχή στον ήλιο ειδικά:

- Αν έχετε λευκό τύπο του δέρματος-ανοιχτόχρωμα μαλλιά και επιδερμίδα.
- Πολλούς σπίλους (ελιές) ή άτυπους σπίλους που προδιαθέτουν για μελάνωμα και εντοπίζονται με εξέταση από τον ειδικό.
- Στα παιδιά και ειδικότερα αν -κακώς- έχουν υποστεί ένα ή δύο σοβαρά ηλιακά εγκαύματα κατά την παιδική τους ηλικία.

- Αν στο ατομικό ή οικογενειακό σας ιστορικό αναφέρεται μελάνωμα.

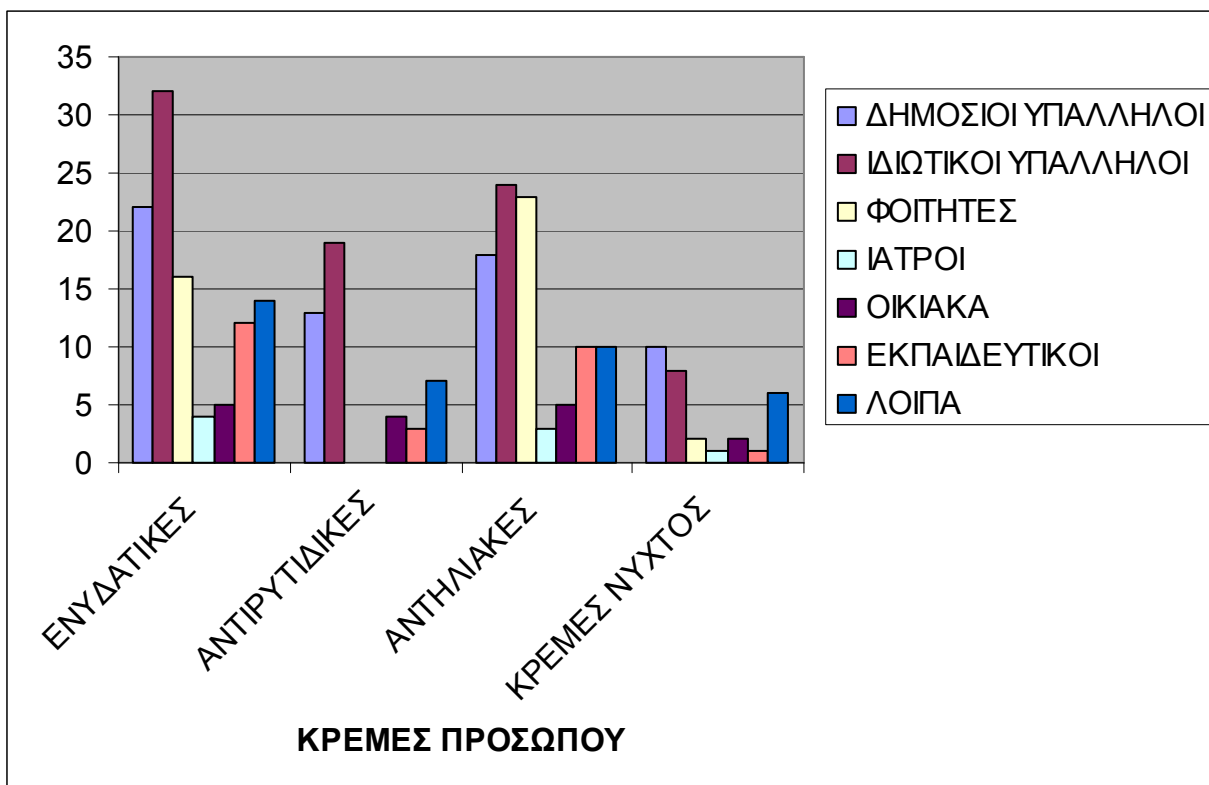
Ο ήλιος είναι φίλος όταν:

- Η έκθεση σε αυτόν είναι σταδιακή και όχι απότομη.
- Χρησιμοποιείτε κάθε δύο ώρες αντηλιακό στην παραλία.
- Χρησιμοποιείτε αντηλιακό κάθε φορά που βγαίνετε έξω - κυκλοφορούν κατάλληλα make up γι' αυτόν τον λόγο.
- Αποφεύγετε την έκθεση στον ήλιο ειδικά από τις 11.00 π.μ. ως 18.00 μ.μ., τις ώρες δηλαδή που οι ακτίνες του είναι κάθετες και κατά συνέπεια περισσότερο βλαβερές.
- Δεν κάνετε τόπλες (οι γυναίκες εννοείται) αφού κινδυνεύετε από καρκίνο του μαστού λόγω της ηλιακής ακτινοβολίας.
- Ντύνετε τα παιδιά με μπλουζάκια και καπέλα και τους βάζετε αντηλιακό ολικής προστασίας και ανά τακτά διαστήματα - συχνότερα από ό,τι ισχύει για τους ενήλικες.
- Κατανοήσετε ότι η ...μόδα της υγείας αποτελεί παγκόσμιο trend.

Όλες οι γυναίκες ανεξαρτήτου επαγγέλματος και μόρφωσης χρησιμοποιούν στην καθημερινότητα τους λίγο πολύ κρέμες προσώπου. Οι περισσότερες γυναίκες αφήνονται στην μαγεία μιας ενυδατικής κρέμας προσώπου αφού η αίσθηση που αφήνει ένα τέτοιο προϊόν είναι ενός ενυδατωμένου, λαμπερού και απόλυτα υγιούς δέρματος. Η χρήση των αντηλιακών προϊόντων είναι ικανοποιητική σε όλα τα επαγγέλματα σύμφωνα με το ποσοστό που έλαβε μέρος στην παρούσα έρευνα. Η διαφορετικότητα όμως στην σωστή χρήση των αντηλιακών προϊόντων ίσως είναι αυτή στην οποία οφείλονται τα εγκαύματα και οι διάφορες δερματικές παθήσεις που παρατηρείται να υπάρχουν σε μεγάλο ποσοστό κυρίως κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών.

Ένα αρκετά υπολογίσιμο ποσοστό ιδιαίτερα στο επάγγελμα των δημοσίων και ιδιωτικών υπαλλήλων έδειξε να ενδιαφέρεται για αντιρυτιδικές και για κρέμες νυκτός πιθανών γιατί το επάγγελμα τους επιτρέπει στα άτομα αυτά περισσότερο χρονικό διάστημα έτσι ώστε να ενδιαφερθούν για τον εαυτό τους και την εξωτερική τους εμφάνιση.

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΕ ΚΡΕΜΕΣ ΠΡΟΣΩΠΟΥ ΑΝΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ



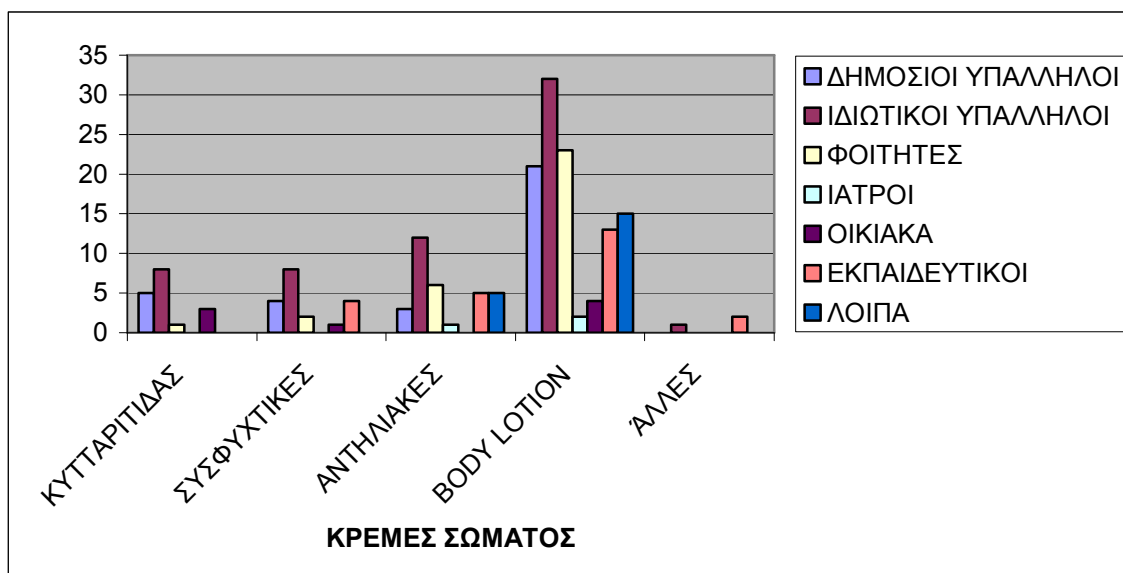
Διάγραμμα 11

Όλες οι γυναίκες ανεξαρτήτου επαγγέλματος και μόρφωσης χρησιμοποιούν στην καθημερινότητα τους λίγο πολύ κρέμες προσώπου. Οι περισσότερες γυναίκες αφήνονται στην μαγεία μιας ενυδατικής κρέμας προσώπου αφού η αίσθηση που αφήνει ένα τέτοιο προϊόν είναι ενός ενυδατωμένου, λαμπερού και απόλυτα υγιούς δέρματος. Η χρήση των αντηλιακών προϊόντων είναι ικανοποιητική σε όλα τα επαγγέλματα σύμφωνα με το ποσοστό που έλαβε μέρος στην παρούσα έρευνα. Η διαφορετικότητα όμως στην σωστή χρήση των αντηλιακών προϊόντων Παπαοικονόμου Σεβαστή 41 Τ.Ε.Ι. Αισθητικής και Κοσμητολογίας

ίσως είναι αυτή στην οποία οφείλονται τα εγκαύματα και οι διάφορες δερματικές παθήσεις που παρατηρείται να υπάρχουν σε μεγάλο ποσοστό κυρίως κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών.

Ένα αρκετά υπολογίσιμο ποσοστό ιδιαίτερα στο επάγγελμα των δημοσίων και ιδιωτικών υπαλλήλων έδειξε να ενδιαφέρεται για αντιρυτιδικές και για κρέμες νυκτός πιθανών γιατί το επάγγελμα τους επιτρέπει στα άτομα αυτά περισσότερο χρονικό διάστημα έτσι ώστε να ενδιαφερθούν για τον εαυτό τους και την εξωτερική τους εμφάνιση.

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΕ ΚΡΕΜΕΣ ΣΩΜΑΤΟΣ ΑΝΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ



Διάγραμμα 12

Για ακόμα μια φορά οι καταναλωτές έδειξαν την προτίμηση τους σε προϊόντα BODY LOTION όσο αφορά την φροντίδα του σώματός τους. Σε όλα τα επαγγέλματα και ανεξαρτήτου μορφώσεως οι καταναλωτές επιμένουν στην χρησιμοποίηση αυτού του προϊόντος. Ένα μόνο συμπέρασμα μπορεί να δικαιολογήσει αυτό το γεγονός; η υγεία του σώματος έρχεται σε δεύτερη μοίρα και αυτό που πρωτεύει είναι η

λαμπερότητα και η όμορφη μυρωδιά που πηγάζει από το σώμα μετά από την χρησιμοποίηση του συγκεκριμένου προϊόντος.

Φοιτητές, εκπαιδευτικοί και ιδιωτικοί υπάλληλοι έδειξαν ενδιαφέρον για τις αντηλιακές κρέμες σώματος γεγονός πολύ ευχάριστο γιατί δεν είναι μόνο οι αντηλιακές κρέμες προσώπου αυτές που που τείνουν ιδιαίτερης προσοχής αλλά το ίδιο σημαντικές θεωρούνται και οι αντηλιακές σώματος αφού το δέρμα του προσώπου και του σώματος είναι το ίδιο και χρήζει της ίδιας σημασίας και προστασίας.

Η χρησιμοποίηση συσφικτικών και κρεμών κυτταρίτιδας φαίνεται να επηρεάζει μόνο δημόσιους και ιδιωτικούς υπαλλήλους καθώς τα άλλα επαγγέλματα δεν έδειξαν κανένα ενδιαφέρον γι'αυτα τα προϊόντα.

Η ΜΑΧΗ ΜΕ ΤΗΝ ΚΥΤΤΑΡΙΤΙΔΑ ΞΕΚΙΝΑ



Η κυτταρίτιδα είναι μια τοπική λιποδυστροφία που χαρακτηρίζεται από 2 παράγοντες:

- Συγκέντρωση διογκωμένων λιποκυττάρων.
- Σκλήρυνση του δερματικού ιστού.

Σαν αποτέλεσμα των παραπάνω δημιουργείται η γνωστή αντιαισθητική καπιτονέ όψη, που ταλαιπωρεί τις περισσότερες γυναίκες και μάλιστα άσχετα από το βάρος τους (καθώς συχνά υποφέρουν και γυναίκες αδύνατες με διαστάσεις... μοντέλων). Μετά από εκτεταμένες μελέτες είναι πλέον τεκμηριωμένο ότι η δημιουργία της κυτταρίτιδας συνδέεται στενά μεν τους εξής παράγοντες:

- την κληρονομικότητα
- τη διατροφή
- την έλλειψη άσκησης.

Η καθιστική ζωή, βλέπετε, δημιουργεί τις κατάλληλες συνθήκες –καθώς τα οπίσθια πιέζονται από το βάρος του σώματος πάνω στο κάθισμα– ώστε να εμφανιστεί η κυτταρίτιδα στους γλουτούς και τους γοφούς, την πιο ευάλωτη γυναικεία «ζώνη». Συχνή επίσης είναι η εμφάνισή της κατά την εγκυμοσύνη, γεγονός για το οποίο ενοχοποιούνται περισσότερο οι ορμονικές διαταραχές που συμβαίνουν σε αυτό το διάστημα παρά η απόκτηση περιττών κιλών.

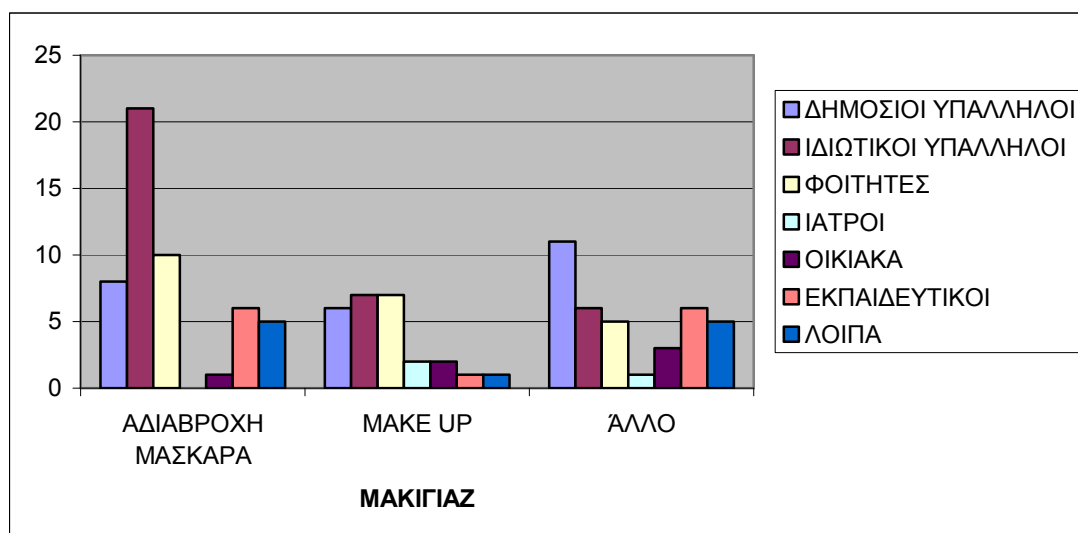
Η νέα γενιά των καλλυντικών

Στην πρώτη γραμμή της μάχης με την καπιτονέ όψη του δέρματος βρίσκονται τα ενεργά συστατικά (active ingredients) τα οποία περιέχονται στις κρέμες ευρείας και επιλεκτικής κυκλοφορίας. Επειδή οι ορμόνες που διευκολύνουν τη συσσώρευση λίπους στις γυναίκες διαμορφώνονται γενετικά και δεν είναι δυνατόν να αλλάξουν, η κοσμετολογία εξαρχής εστίασε την προσπάθειά της στη δημιουργία λιπολυτικών ουσιών. Αυτές έχουν την ιδιότητα να διεισδύουν στις λιπώδεις αποθήκες του οργανισμού και να διαλύουν το συσσωρευμένο λίπος βοηθώντας τα διογκωμένα λιποκύτταρα να επανέλθουν στο

φυσιολογικό τους σχήμα. Με τη βοήθειά τους το δέρμα γίνεται ξανά λείο, καθώς εξαφανίζεται σταδιακά η ανάγλυφη όψη.

«Πρωταγωνίστρια» σε αυτήν την κατηγορία ουσιών ήταν και παραμένει η καφεΐνη, το γνωστό διεγερτικό συστατικό του καφέ, που χάρη στη λιπολυτική της δράση διεγείρει άμεσα τη διαδικασία της λιπόλυσης στο λιπώδη ιστό και για αυτό περιέχεται στη σύσταση πολλών αντικυτταριδικών προϊόντων (παρόμοια δράση έχουν οι φαρμακευτικές ουσίες προκαΐνη, πεντοξιφιλίνη, υαλουρονιδάση και φωσφατιδυλχολίνη). Τα καλλυντικά «νέας γενιάς» ωστόσο είναι εμπλουτισμένα και με άλλους παράγοντες που βελτιώνουν την αποτελεσματικότητά τους. Για παράδειγμα, το μαγγάνιο είναι ένα μέταλλο που βοηθά στην καλύτερη λειτουργία του λεμφικού συστήματος, ώστε να εμποδίζεται η συσσώρευση υγρού στο δερματικό ιστό, άρα και το οίδημα, που χαρακτηρίζει την κυτταρίτιδα. Άλλες ουσίες της προηγμένης κοσμετολογίας αναστέλλουν σε κάποιο βαθμό τη λιπογένεση, ενώ προστίθενται και διάφοροι ενυδατικοί και συσφιγκτικοί παράγοντες που δίνουν πιο ελαστική υφή στο δέρμα και αυξάνουν την αντοχή του στους εσωτερικούς και εξωτερικούς εχθρούς.

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΜΑΚΙΓΙΑΖ ΑΝΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ



Διάγραμμα 13

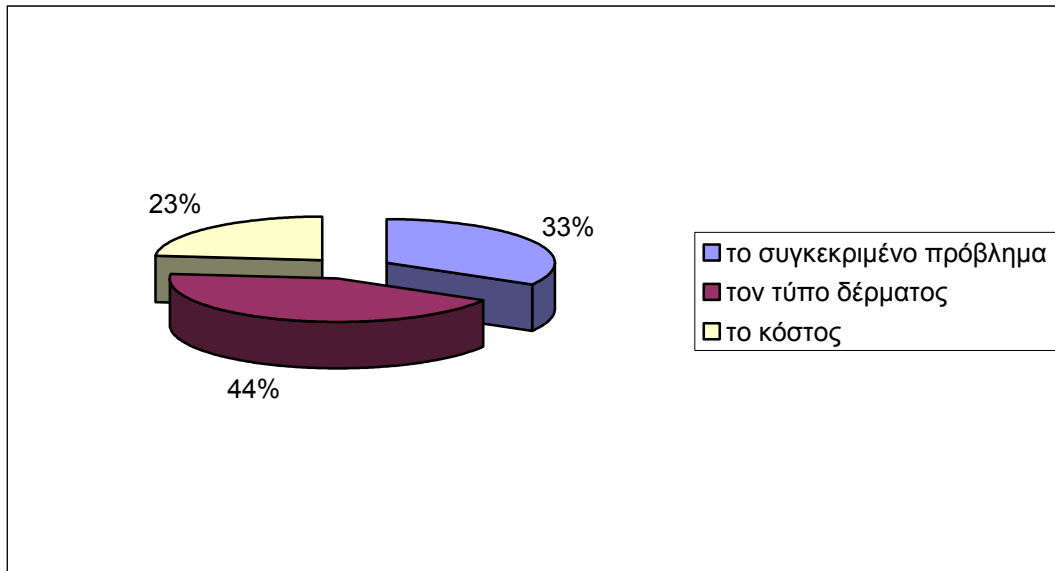
Η αγορά των προϊόντων που αφορούν το μακιγάζ φανερώνει ξανά την επιλογή των καταναλωτών σε αγορά κυρίως αδιάβροχης μάσκαρας αφού όλα τα άτομα ανεξαρτήτως επαγγέλματος επιμένουν σε αυτό. Η αγορά σκουρότερου χρώματος μείκ απ δείχνει να έχει ενδιαφέρον κυρίως σε φοιτητές αφού το νεαρό της ηλικίας και το περίσσιο του χρόνου τους επιτρέπει να ασχοληθούν με περισσότερες αγορές καθώς και με την εξωτερική τους εμφάνιση αφού με αυτό τον τρόπο θα αποκτήσουν ευκολότερα την όψη μιας μαυρισμένης επιδερμίδας. Όμως και άλλα επαγγέλματα όπως δημόσιοι και ιδιωτικοί υπάλληλοι έδειξαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην αγορά του συγκεκριμένου προϊόντος.

Σημαντικό ποσοστό ήταν και αυτό όπου μας απάντησε πως δεν πραγματοποιεί κάποια ιδιαίτερη αγορά αφού όπως είπαμε και παραπάνω το καλοκαίρι είναι μια εποχή όπου τα ενδιαφέροντα των παραθεριστών αφορούν την διασκέδαση και όχι το "χρώμα".



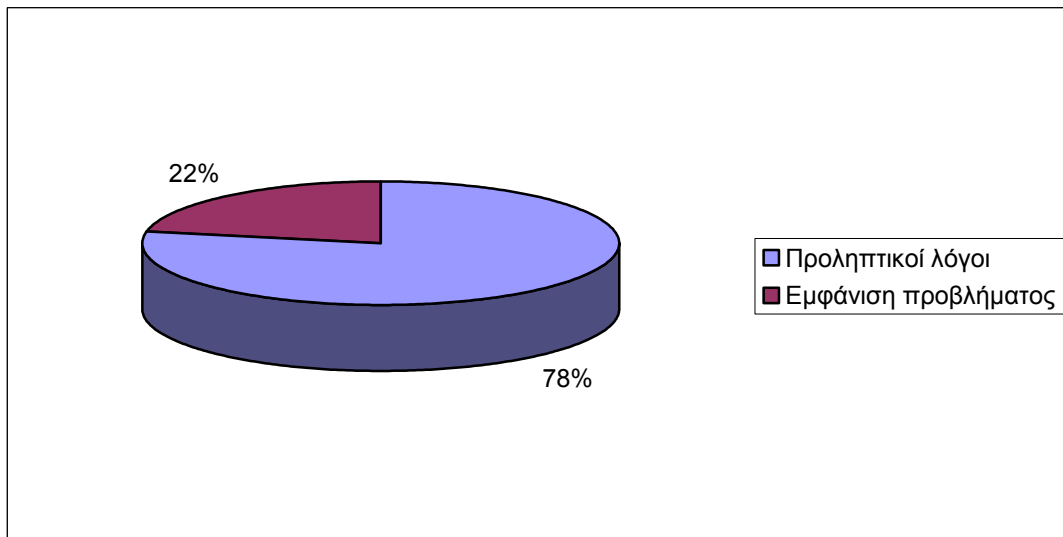
1.4. ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ

ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ, ΤΥΠΟ ΔΕΡΜΑΤΟΣ, ΚΟΣΤΟΣ



Διάγραμμα 14

ΣΚΟΠΟΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ



Διάγραμμα 15

Από τα 150 άτομα που έλαβαν μέρος στην ερευνά μας τα 122 από αυτά ανήκαν στο γυναικείο φύλο. Αυτό ήταν απολύτως φυσικό καθώς οι γυναίκες είναι αυτές που ενδιαφέρονται άμεσα για καλλυντικά προϊόντα περιποίησης καθώς και για την υγεία και λάμψη του δέρματος τους.

Έλαβαν μέρος γυναίκες διαφορετικής ηλικίας, καταγωγής και επαγγέλματος με αποτέλεσμα έτσι το δείγμα μας να γίνει πιο ενδεικτικό και πιο σαφές σχετικά με τις προτιμήσεις, τις γνώσεις και τους λόγους που χρησιμοποιούν τα συγκεκριμένα προϊόντα.

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την έρευνα μας αναφέρονται παρακάτω:

Η λίστα με τις αγορές κι όσα πρέπει να κάνουμε μέχρι την ημέρα των διακοπών όλο και μακραίνει, αδειάζοντας το πορτοφόλι μας. Οι καλοκαιρινές διακοπές είναι κάτι περισσότερο από απαραίτητες για να γεμίσουμε τις μπαταρίες που αδειάζουμε όλο τον υπόλοιπο χρόνο, να ξεκουραστούμε και να νιώσουμε ξανά γεμάτοι ενέργεια. Αλλά δεν είναι μόνο αυτό: συμβολίζουν επίσης το όνειρο, τον τρόπο ζωής που θα θέλαμε να ζούμε, ακόμη κι αν τελικά κρατήσει μόλις μια εβδομάδα. Και για να ζήσουμε το όνειρο όσο καλύτερα μπορούμε, συνήθως τρέχουμε να αγοράσουμε όλα όσα θα συμπληρώσουν το πάζλ, ώστε να συμμετέχουμε και εμείς στο lifestyle των περιοδικών και των διάσημων, να πάρουμε λίγη από τη λάμψη τους. Αν και θα έπρεπε να είναι συνώνυμες της ξεκούρασης και της απαλλαγής από τη ρουτίνα και τα «πρέπει» που καθορίζουν τη ζωή μας όλο τον υπόλοιπο χρόνο, για πολλούς από εμάς οι διακοπές γίνονται ένα ακόμη «πρέπει», μια επίδειξη της καταναλωτικής μας δεινότητας.

Σύμφωνα με την ερευνά μας οι παραθεριστές προτιμούν να προμηθεύονται κατά την διάρκεια των διακοπών τους με διάφορα

καλλυντικά προϊόντα όπως: αντηλιακές κρέμες διαφόρων εταιριών και δεικτών προστασίας, κρέμες προσώπου όπως κρέμες ημέρας, νύχτας, ματιών, αντιριτιδικές.

Επίσης άλλες προτιμήσεις αυτών είναι BODY LOTION, προϊόντα καθαρισμού προσώπου, μάσκες και scrub προσώπου, σαπούνι, κρέμες περιποίησης μετά την έκθεση στην ηλιακή ακτινοβολία και προϊόντα μακιγιάζ.

Ένα μικρό ποσοστό έδειξε την προτίμηση του σε προϊόντα όπως σαμπουάν, μάσκες και κρέμες μαλλιών, άρωμα, αποσμητικό και after shave απάντηση η οποία δόθηκε από άντρες. Το μεγαλύτερο ποσοστό εκφράζει την κύρια προτίμησή του στις αντηλιακές κρέμες προσώπου και σώματος, όπως επίσης και στις κρέμες περιποίησης προσώπου και σώματος σε αντίθεση με τους άντρες που αρκούνται σε ένα προϊόν αντηλιακής προστασίας καθ'όλη την διάρκεια των διακοπών τους.

Αυτό οφείλεται στο ενδιαφέρον και στην μεγαλύτερη ανάγκη των γυναικών για προστασία και περιποίηση του δέρματος τους σε όλη τη διάρκεια του χρόνου ανεξαρτήτως του τόπου και της παραμονής τους.

Για την επιλογή των προϊόντων τους οι καταναλωτές αρκούνται στην γνώμη ενός συγγενικού ή φιλικού προσώπου πιστεύοντας έτσι πως οι ιδιότητες του συγκεκριμένου προϊόντος θα είναι αποτελεσματικές και για τους ίδιους αφού το άτομο το οποίο τους συνέστησε το προϊόν έμεινε ευχαριστημένο από την απόδοση του. Ένα μικρότερο ποσοστό προτιμάει την έμπειρη γνώμη ενός αισθητικού έτσι ώστε να αποβεί στην αγορά του προϊόντος που θα χρησιμοποιήσει στο δέρμα του. Πολλοί λίγοι έδειξαν το ενδιαφέρον τους στην σύσταση ενός δερματολόγου ή ενός φαρμακοποιού για την αγορά του προϊόντος τους. Αυτό εκφράζει την άγνοια των καταναλωτών στην σημασία που πρέπει να δίνεται στην επιλογή του καταλληλότερου προϊόντος γι'αυτούς.

Η άποψη ενός ειδικού θα ήταν η ιδανικότερη αφού το κάθε άτομο έχοντας διαφορετικό τύπο δέρματος και διαφορετικές ανάγκες απαιτεί την χρησιμοποίηση ενός καλλυντικού σκευάσματος κατάλληλου για τις ανάγκες του κάθε δέρματος χωριστά. Μόνο κάποιος ειδικός έχει τις απαραίτητες γνώσεις και την εμπειρία έτσι ώστε να κάνει τη σωστή διάγνωση και να συστήσει στο κάθε άτομο το προϊόν το οποίο θα είναι το κατάλληλο έτσι ώστε να καλύψει τις ανάγκες του δέρματος του και να δώσει τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα.

Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα, οι περισσότεροι καταναλωτές προμηθεύονται τα προϊόντα τους από κάποιο κατάστημα καλλυντικών με κύριο κριτήριο τους τον τύπο δέρματος που έχουν. Λίγοι είναι αυτοί που δίνουν σημασία στο κόστος του προϊόντος και στο πρόβλημα το οποίο μπορεί να υπάρχει στο δέρμα τους. Το μεγαλύτερο ποσοστό όμως χρησιμοποιεί τα προϊόντα τα οποία προμηθεύεται για προληπτικούς λόγους και όχι μόνο στην περίπτωση εμφάνισης κάποιου προβλήματος που μπορεί να προκύψει στην επιφάνεια του δέρματος τους.

Η άποψη αυτή είναι θετική αφού αυτό δείχνει την μη αδιαφορία του καταναλωτικού κοινού στην υγεία και προστασία του δέρματος αλλά και στην γνώση των παραγόντων που συμβάλλουν έτσι ώστε το δέρμα να διατηρηθεί σε καλή κατάσταση αφού υπάρχει πρόληψη και εκ των προτέρων προστασία.

Ρωτήσαμε τους παραθεριστές για το ποιά θεωρούν τα τρία σημαντικότερα προϊόντα τα οποία θα προμηθεύονταν στις διακοπές τους. Οι απαντήσεις που δόθηκαν ποικίλουν και είναι οι εξής;

Το μεγαλύτερο ποσοστό θεωρεί πως τα τρία σημαντικότερα προϊόντα με τα οποία θα πρέπει να προμηθεύεται ο κάθε παραθεριστής είναι :

- ANTHLIAKA προϊόντα
- ΚΡΕΜΑ ΠΡΟΣΩΠΟΥ
- BODY LOTION

Άλλες απαντήσεις που δόθηκαν είναι οι εξής:

προϊόντα μακιγιάζ, κρέμες καθαρισμού προσώπου, κρέμα για τα χείλη, σαμπουάν, άρωμα, αποσμητικό, οδοντόβουρτσα, προϊόντα περιποίησης για τα μαλλιά.

Σε ερώτηση που θέσαμε όσο αφορά τα συστατικά που δεν επιτρέπονται να χρησιμοποιούνται στα καλλυντικά προϊόντα διαπιστώσαμε την άγνοια των καταναλωτών αφού το μεγαλύτερο ποσοστό, έδωσε αρνητική απάντηση. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την αγορά προϊόντων ακατάλληλων για τον καθένα αφού μπορεί να περιέχουν κάποια συστατικά στα οποία να είναι αλλεργικοί ή ακόμα και να έχει απαγορευθεί η διακίνηση τους με αποτέλεσμα την δημιουργία ποικίλων προβλημάτων στο δέρμα. Ένα μικρό ποσοστό γνώριζε τα συστατικά τα οποία δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται και τα οποία είναι τα εξής:

Μόλυβδος, οξέα, υδράργυρος, αρώματα, προπυλαιλογλυκόλη, σιλικόνη, αλουμίνιο, παραφίνη, οινόπνευμα, όσα χαρακτηρίζονται από πολλά E, ζωικά συστατικά, triclosan, parabeu.

Το κόστος των προϊόντων όπως αναφέρθηκε και παραπάνω δεν χρήζει ιδιαίτερης σημασίας για τους καταναλωτές. Αυτό που θα τους έκανε να δώσουν παραπάνω χρήματα για ένα προϊόν το οποίο δεν έχουν ξαναδοκιμάσει είναι κυρίως η αποτελεσματικότητα αυτού και η σύσταση του από ένα φιλικό πρόσωπο ή κάποιον ειδικό. Άλλοι πάλι μας

απάντησαν πως θα τους ενδιέφερε και η εταιρία, η συσκευασία, το άρωμα.Γι'άλλους πάλι σημαντικό θεωρείται η ανάγκη του δέρματος για ένα καλύτερης ποιότητας προϊόν, καθώς και τα συστατικά που περιέχει.Για ένα αρκετά μικρότερο ποσοστό τίποτα δεν θα ήταν αυτό που θα τον ωθούσε έτσι ώστε να καταβάλλει περισσότερα χρήματα για την αγορά ενός προϊόντος όποια και αν ήταν τα σημαντικά οφέλη αυτού.

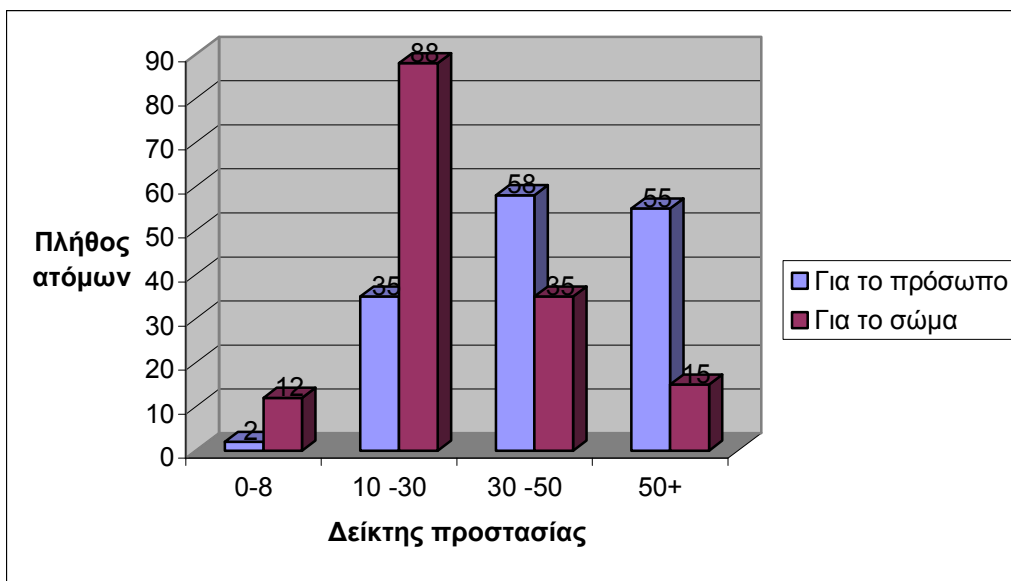
1.4.1 ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΕ ΑΝΤΗΛΙΑΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ



Οι παραθεριστές χρησιμοποιούν στο μεγαλύτερο ποσοστό τους αντηλιακά προϊόντα. Οι εταιρίες και ο δείκτης προστασίας ποικίλουν ανάλογα την ηλικία, τη χώρα και το επάγγελμα αυτών όπως άλλωστε αναφέρθηκε και παραπάνω.

Σημαντικό ποσοστό εξέφρασε την προτίμηση του στα προϊόντα της nivea, avene, garnier, carroten.

ΔΕΙΚΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ



Διάγραμμα 16

Ο δείκτης προστασίας ποικίλει σε τιμές από 10 έως 50 κυρίως για τα αντηλιακά προϊόντα προσώπου, αλλά είχαμε και τιμές κάτω του 10 γεγονός που δείχνει την αδιαφορία των καταναλωτών στην βλαπτική επίδραση του ηλίου και στις καταστροφικές συνέπειες αυτού στο δέρμα αλλά και στην υγεία γενικότερα. Το ενδιαφέρον αυτών των ατόμων έγκειται στο μαύρισμα της επιδερμίδας νομίζοντας πως αυτό μπορεί να πετύχει μόνο και μόνο με την αποχή αντηλιακού προϊόντος και ξεχνώντας την σοβαρή προστασία που προσφέρει αυτό στην υγεία γενικότερα.

Ο δείκτης προστασίας SPF δηλώνει την δυνατότητα του αντηλιακού σκευάσματος να παρέχει προστασία.

Ο δείκτης προστασίας εκφράζει την αναλογία του χρόνου έκθεσης στην ηλιακή ακτινοβολία που απαιτείται για να προκληθεί ερύθημα, με ή χωρίς αντηλιακό. Πρόκειται δηλαδή, για τη σχέση μεταξύ της δόσης της ακτινοβολίας UVB, η οποία είναι υπεύθυνη για το ερύθημα σε ένα δέρμα, το οποίο είναι καλυμμένο με φωτοπροστατευτικό και τη δόση που είναι υπεύθυνη για το ίδιο αποτέλεσμα, στο μη προστατευμένο δέρμα.

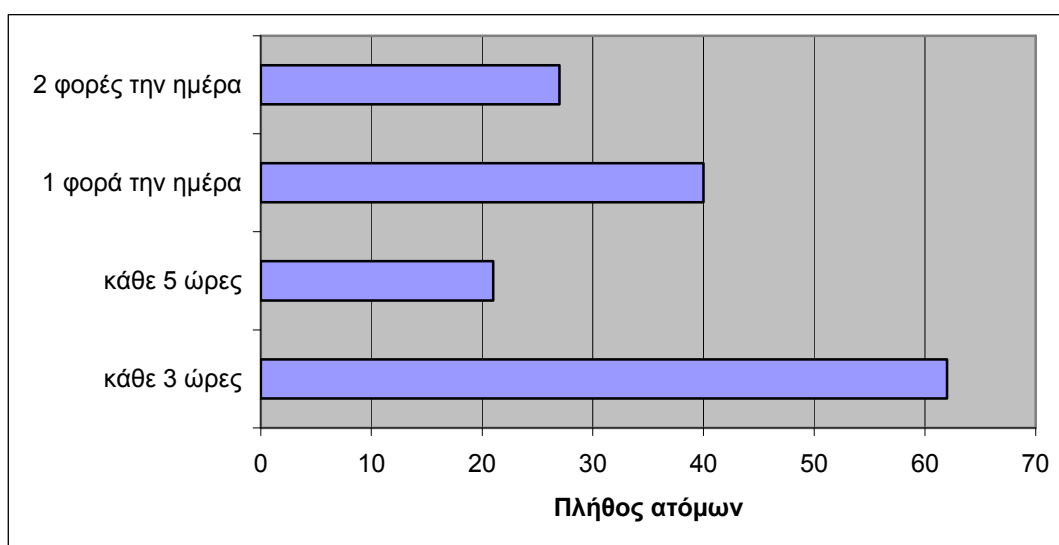
Αυτό λανθασμένα, πιστεύεται ότι σημαίνει πώς ένα προϊόν με δείκτη προστασίας 10, επιτρέπει χρόνο έκθεσης 10 φορές περισσότερο και ένα προϊόν με δείκτη προστασίας 30, επιτρέπει χρόνο έκθεσης 30 φορές περισσότερο.

Ωστόσο, η ηλιοπροστασία δεν μεγαλώνει αναλογικά με την αύξηση του δείκτη ενός προϊόντος. Ένα προϊόν με δείκτη προστασίας 15 παρέχει προστασία από την UVB ακτινοβολία σε ποσοστό 93%, ενώ προϊόν με δείκτη προστασίας 35 παρέχει προστασία από την UVB ακτινοβολία σε ποσοστό 97%.

Είναι γνωστό ότι δείκτης προστασίας που να παρέχει 100% προστασία, δεν υπάρχει.

Επίσης, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το γεγονός ότι οι δείκτες αυτοί υπολογίζονται στο εργαστήριο, σε ιδανικές συνθήκες, που απέχουν από εκείνες που υπάρχουν στην συνηθισμένη χρήση των αντηλιακών προϊόντων και αφορούν τη συνιστώμενη δόση, τη συχνότητα ανανέωσης, κλπ.

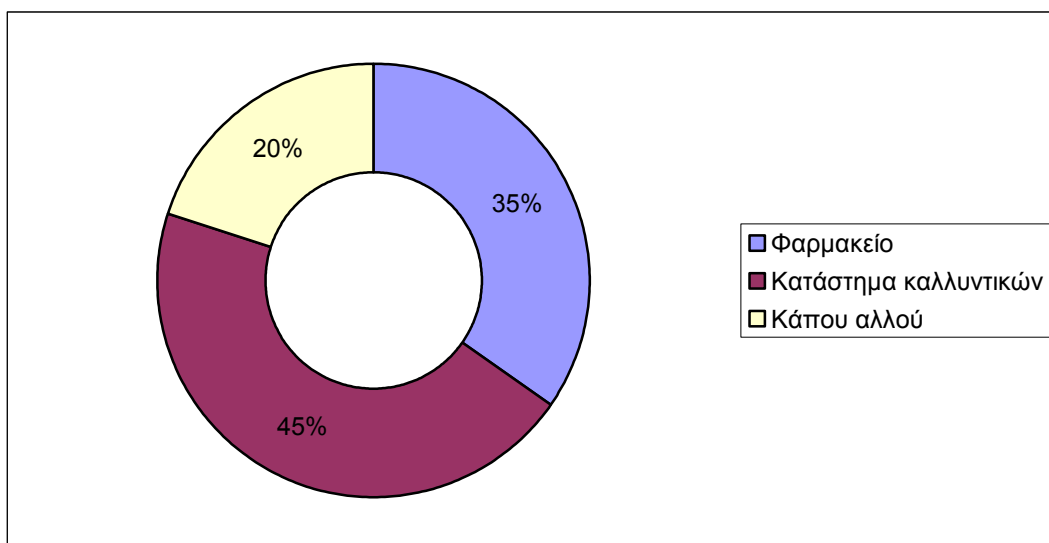
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΝΑΝΕΩΣΗΣ ΑΝΤΗΛΙΑΚΟΥ



Διάγραμμα 17

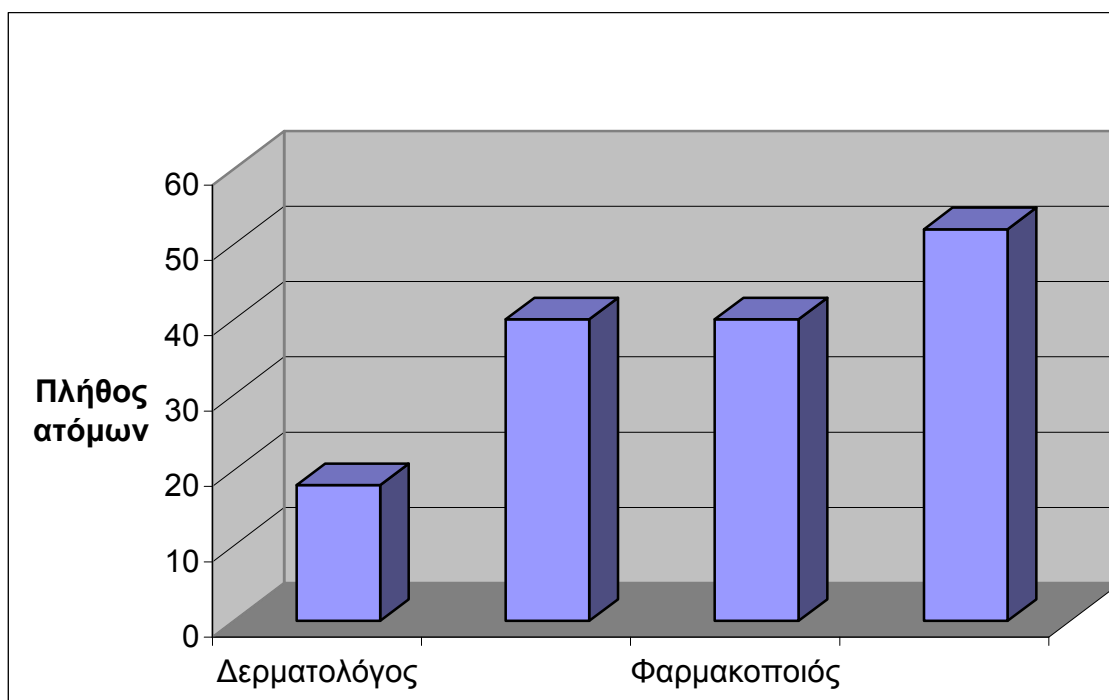
Έτσι, η εφαρμογή του αντηλιακού προϊόντος, ανεξάρτητα από το δείκτη προστασίας που το χαρακτηρίζει, πρέπει να επαναλαμβάνεται σε τακτά διαστήματα, προκειμένου να υπάρχει ηλιοπροστασία. Στην ερευνά μας οι περισσότεροι καταναλωτές πραγματοποιούν την ανανέωση του αντηλιακού τους κάθε 3 ώρες και ένα μικρότερο ποσοστό πιστεύει πως η επάλειψη του αντηλιακού σκευάσματος 1 φορά την ημέρα αρκεί ώστε η προστασία που προσφέρει να είναι η αποτελεσματικότερη.

ΠΟΣΟΣΤΑ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΩΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΓΟΡΑΣ



Διάγραμμα 18

ΦΟΡΕΙΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ



Διάγραμμα 19

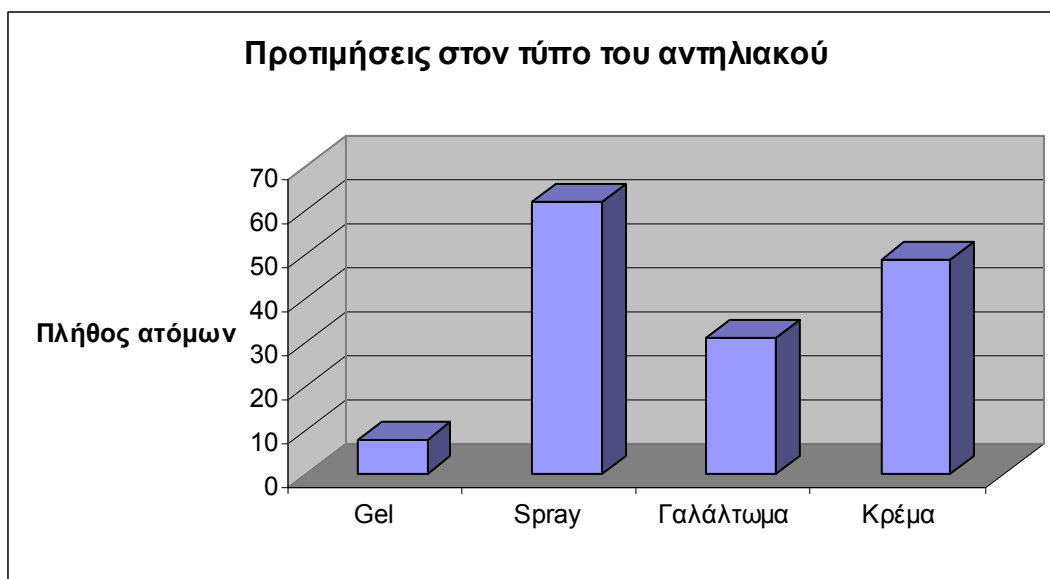
Τα αντηλιακά τους προϊόντα οι περισσότεροι προμηθεύονται από καταστήματα καλλυντικών, υπήρχε όμως και ένα μικρό ποσοστό που προτιμάει η αγορά του να γίνεται από φαρμακείο, παίρνοντας έτσι και τη γνώμη ενός φαρμακοποιού για το ιδανικότερο γι'αυτούς σκεύασμα.

Το μεγαλύτερο ποσοστό όμως όπως αναφέρθηκε και παραπάνω ανταποκρίνεται κυρίως στην άποψη ενός φιλικού ή συγγενικού προσώπου για την αγορά του προϊόντος του, ενώ η γνώμη ενός ειδικού θεωρείται περιττή γι' αυτούς.

Σημαντικό μειονέκτημα στην πρόληψη διαφόρων προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν στο δέρμα από την επίδραση της ηλιακής ακτινοβολίας, θεωρείται το γεγονός ότι οι παραθεριστές πραγματοποιούν τη χρήση αντηλιακών σκευασμάτων μόνο κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, μη γνωρίζοντας ότι η προστασία του δέρματος

πρέπει να γίνετε κατά την διάρκεια όλων των εποχών αφού η ηλιακή ακτινοβολία θεωρείται το ίδιο ισχυρή σε όλες τις εποχές. Η χρήση των αντηλιακών προϊόντων πρέπει να ξεκινάει από τους χειμερινούς μήνες έτσι ώστε το δέρμα να προλάβει να αναπτύξει τους φυσικούς αμυντικούς μηχανισμούς του και να μην είναι πολύ ευαίσθητο στην ηλιακή ακτινοβολία.

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΥΠΟ ΤΟΥ ΑΝΤΗΛΙΑΚΟΥ



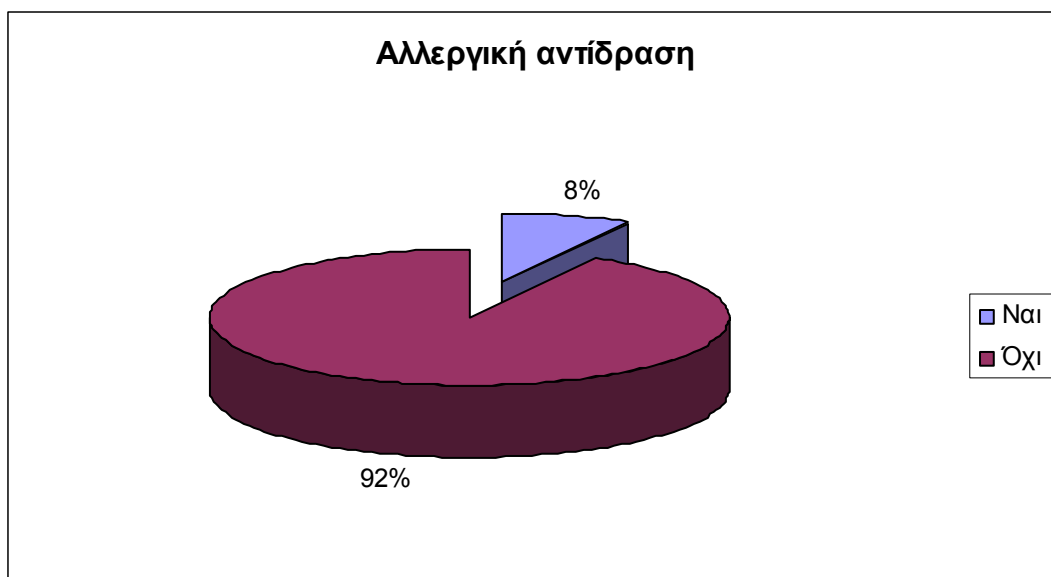
Διάγραμμα 20

Όσο αφορά την εφαρμοστικότητα του προϊόντος οι παραθεριστές προτιμούν για την αντηλιακή τους προστασία ένα προϊόν τύπου spray, ή τύπου κρέμας αφού η εφαρμογή του είναι ευκολότερη και προτιμούν να ανήκει σε κρεμώδη και όχι ελαιώδη μορφή αφού η σύσταση ενός κρεμώδους προϊόντος είναι περισσότερο λεπτή, όπως επίσης και περισσότερο εύκολης απορροφησιμότητας.

Βέβαια η χρήση ενός αντηλιακού προϊόντος δεν αρκεί στο να προστατεύσουμε το δέρμα μας ολοκληρωτικά από τις επιβλαβείς για την υγεία ηλιακές ακτινοβολίες. Σε αυτό συμφώνησαν όλοι οι ερωτηθέντες με

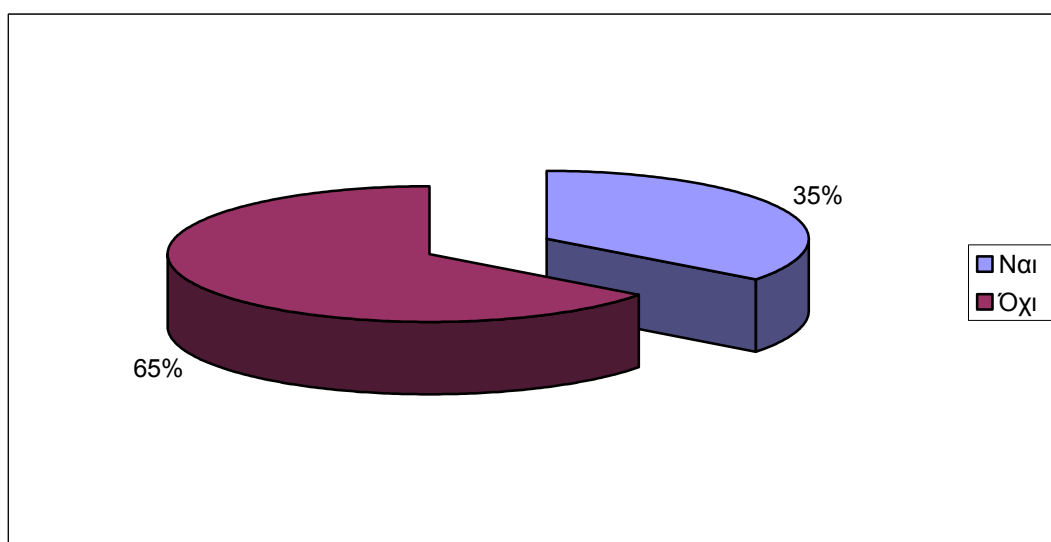
εξαίρεση μερικούς, κυρίως άντρες. Οι περισσότεροι εκτός από την χρησιμοποίηση ενός αντηλιακού προϊόντος, προσπαθούν να προστατεύονται και με άλλα μέσα όπως: γυαλιά, καπέλο, περισσότερα ρούχα, μένοντας για περισσότερη ώρα στην σκιά κάτω από μια ομπρέλα, μη κάνοντας αρκετή ώρα ηλιοθεραπεία, βάζοντας μεικ απ και το σημαντικότερο αποφεύγοντας την έκθεση στην ηλιακή ακτινοβολία τις ώρες 10πμ με 3μμ.

ΑΛΛΕΡΓΙΚΗ ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ



Διάγραμμα 21

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΓΚΑΥΜΑΤΟΣ



Διάγραμμα 22

Παρόλα αυτά πολλοί έχουν υποφέρει από εγκαύματα, τα οποία προκλήθηκαν στο δέρμα τους για διαφόρους λόγους όπως: πολύωρη έκθεση στην ηλιακή ακτινοβολία, εφαρμογή μικρής ποσότητας αντηλιακού, εφαρμογή αντηλιακού άνευ δείκτη προστασίας.

Κάποια από τα σκευάσματα που τους προκάλεσαν τη δημιουργία εγκαύματος είναι τα εξής: aloe vera gel, biodermal, calimile cream.

Οι περισσότεροι όπως έχει προαναφερθεί δεν γνωρίζουν τα συστατικά που περιέχει το προϊόν που χρησιμοποιούν με αποτέλεσμα τη δημιουργία αλλεργικών αντιδράσεων σε κάποια προϊόντα 'όπως: Ενυδατικές κρέμες, σε κάποια προϊόντα χαμηλού κόστους, σε αντηλιακά προϊόντα των εταιριών garnier, lancome, la prairie.

Κατα γενική ομολογία οι παραθεριστές μας, δηλώνουν ευχαριστημένοι από την προστασία που τους χαρίζει το αντηλιακό που χρησιμοποιούν.

1.4.2. ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΕ ΚΡΕΜΕΣ ΠΡΟΣΩΠΙΟΥ

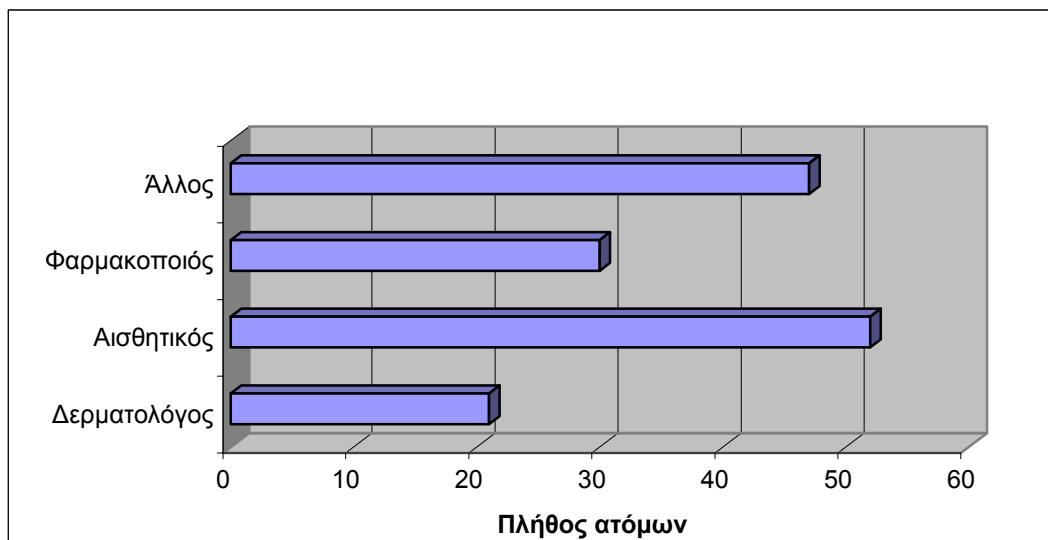


Στην καθημερινότητα μας, η χρησιμοποίηση ενός καλλυντικού προϊόντος περιποίησης έχει γίνει πλέον απαραίτητη.

Κυρίως οι γυναίκες χρησιμοποιούν όχι απλά μια αλλά περισσότερες κρέμες με σκοπό να διατηρήσουν το δέρμα τους σε όσο καλύτερη κατάσταση γίνεται. Στην ερευνά μας το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών εφαρμόζει στο προσώπο του, ενυδατικές και αντηλιακές

κρέμες, όπως επίσης και αρκετό ενδιαφέρον δείχνουν για αντιρυτιδικές και κρέμες νυκτός. Όσο πιο όμορφη και πιο λαμπερή τείνει να δείχνει η επιδερμίδα, τόσο αυξάνεται και η εσωτερική ευεξία αλλά και η ικανοποίηση του καταναλωτή στο ανάλογο προϊόν. Άλλωστε ας μην ξεχνάμε πως όσο πιο ευχαριστημένοι μένουν οι καταναλωτές από την επίδραση των διαφόρων προϊόντων τόσο θα αυξάνεται και το ενδιαφέρον τους για την επιλογή του κατάλληλου προϊόντος αλλά και για περαιτέρω γνώσεις πάνω στο θέμα προστασίας του δέρματος που είναι πολύ σημαντικό και μας αφορά όλους.

ΦΟΡΕΙΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ



Διάγραμμα 23

Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα, σημαντική θεωρείται η αναφορά στον τρόπο με τον οποίο ενημερώνονται οι καταναλωτές για τα καινούργια προϊόντα που κυκλοφορούν στην αγορά. Με ιδιαίτερη ευχαρίστηση διαπιστώνουμε την προτίμηση των καταναλωτών στην γνώμη ενός ειδικού. Οι περισσότεροι επισκέπτονται κάποιον αισθητικό για να τους υποδείξει την κρέμα η οποία ανάλογα με το πρόβλημα που έχουν θεωρείται η κατάλληλη γι'αυτούς. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και ο

έγγραφος τύπος δείχνουν να επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την επιλογή των καταναλωτών.

Συνήθως, οι περισσότερες γυναίκες έχουν επιλέξει το προϊόν που χρησιμοποιούν, ανάλογα με τις ανάγκες τους η κάθε μια και συνεχίζουν με αυτή την επιλογή για αρκετό χρονικό διάστημα. Δύσκολα μπαίνουν στην διαδικασία να σκεφτούν να αλλάξουν το προϊόν τους αφού ήδη το έχουν χρησιμοποιήσει για αρκετό διάστημα και είναι ευχαριστημένες από αυτό. Εμείς ρωτήσαμε τι μπορεί να είναι αυτό που θα τις έκανε να χρησιμοποιήσουν ένα προϊόν το οποίο δεν έχουν ξαναδοκιμάσει. Το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών απάντησε, όπως και αυτό περιμέναμε πώς ο σημαντικότερος λόγος γι'αυτές είναι η αποδεδειγμένη αποτελεσματικότητα του προϊόντος. Αν για οποιοδήποτε λόγο ήταν σίγουρες για τα θετικά του αποτελέσματα τότε θα προχωρούσαν στην αγορά αυτή.

Ένα αρκετά ικανοποιητικό ποσοστό θεωρεί πως η συσκευασία του προϊόντος είναι ένας καλός λόγος για νέα αγορά προϊόντος. Το άρωμα και η εξυπηρέτηση της διαφορετικής κάθε φορά πωλήτριας έδειξε να ενδιαφέρει τους καταναλωτές και να τους επηρεάζει ως προς την επιλογή και την αγορά τους. Δυστυχώς τα συστατικά τα οποία περιέχονται στα προϊόντα δεν ενδιαφέρουν καθόλου τους καταναλωτές και δεν τους επηρεάζουν καθόλου ώστε να αλλάξουν την αγορά τους.

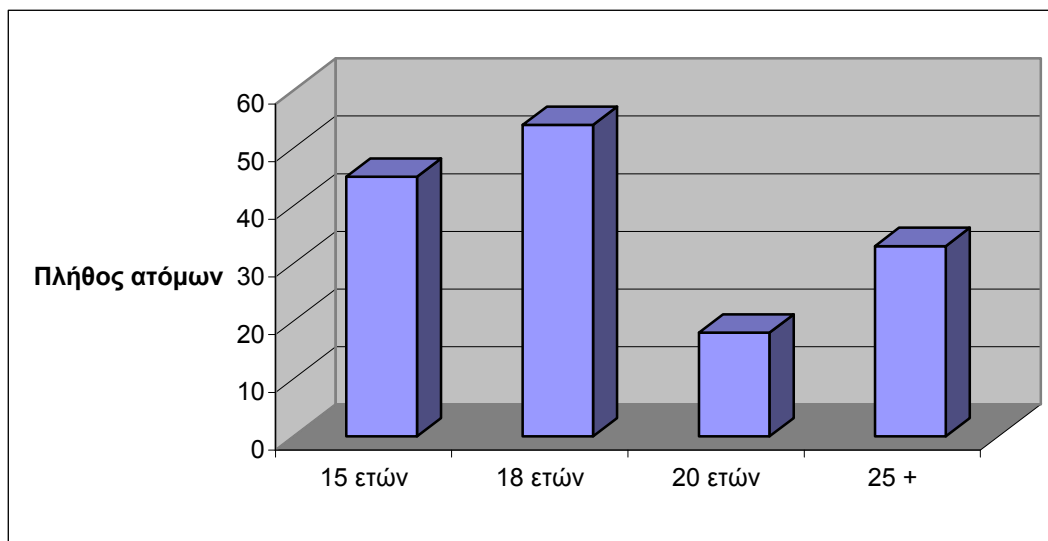
Γι'αυτο το λόγο πολλοί ερωτηθέντες, μας παραπονέθηκαν για εμφάνιση αλλεργιών. Πιθανών κάποιο συστατικό που περιείχε το προϊόν τους να ήταν ακατάλληλο και να προξένησε την αλλεργία. Κάποιες από τις εταιρίες οι οποίες αναφέρθηκαν ως υπαίτιες για την εμφάνιση αλλεργιών είναι οι εξής: lancome, dior, estee lauder, όπως και κάποια προϊόντα χαμηλού κόστους. Γι'αυτο το λόγο, πρέπει να ελέγχουμε τα συστατικά

που αναγράφονται στις κρέμες που χρησιμοποιούμε, έτσι ώστε να αποφεύγονται τέτοιου είδους προβλήματα.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων μας έδειξε να ενδιαφέρεται περισσότερο για τις κρέμες που εφαρμόζονται στο πρόσωπο και λιγότερο γι'αυτές που αφορούν το σώμα. Η αντίληψη αυτή επικρατεί γενικά, αφού το πρόσωπο είναι ο καθρέφτης της ψυχής και αυτό θέλουμε να διατηρείται πάντα λαμπερό και καθαρό. Γι'αυτό το λόγο η εμφάνιση κάποιου προβλήματος σε αυτό πάντα θα αναστατώνει τη ζωή των γυναικών και όχι μόνο.

Οι πρώτες ρυτίδες κυρίως είναι το πρωταρχικό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες. Και εδώ γεννάται το ερώτημα: κρέμα; επίσκεψη σε ειδικό; Οι περισσότερες απαντήσεις που λάβαμε αναφέρονται στην επίσκεψη του ειδικού για την αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση του προβλήματος. Ίσως αυτή να θεωρείται η κατάλληλη επιλογή, αφού μια κρέμα από μόνη της δεν μπορεί να μας εξασφαλίσει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα, ενώ η εφαρμογή της κατάλληλης κρέμας σε συνεργασία με την περαιτέρω θεραπεία ενός ειδικού ίσως να οδηγήσουν στην επίτευξη του ιδανικότερου αποτελέσματος. Αυτό βέβαια προδίδει και την μη εμπιστοσύνη του καταναλωτικού κοινού στα αποτελέσματα που μπορεί να επιφέρει μια κρέμα όταν αυτή δρα από μόνη της και όχι σε συνεργασία με κάποια άλλη θεραπεία.

ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΑΦΕΤΗΡΙΑ ΧΡΗΣΗΣ ΚΡΕΜΑΣ ΠΡΟΣΩΠΟΥ

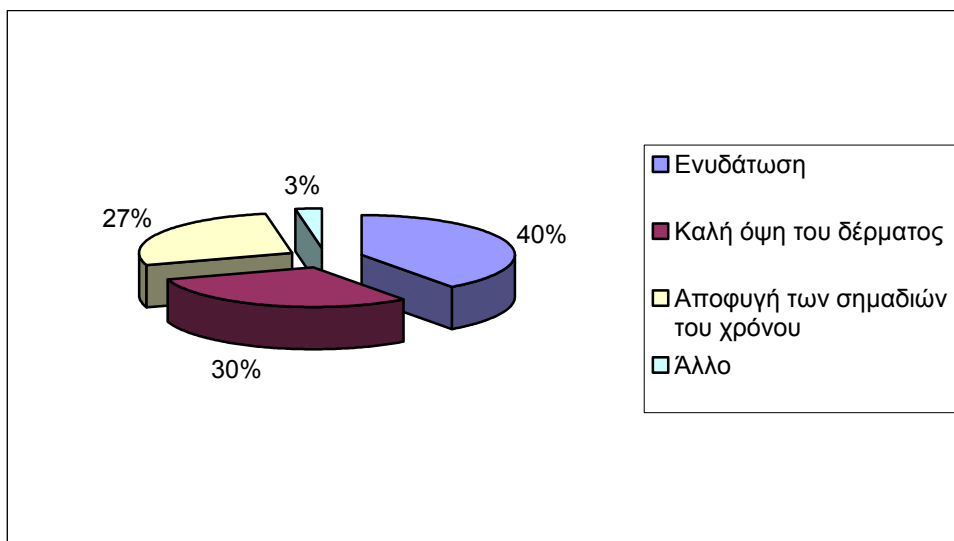


Διάγραμμα 24

Όσο πιο νωρίς όμως, ξεκινήσουμε την χρησιμοποίηση μιας κρέμας προσώπου τόσο καλύτερα θα παρατηρήσουμε τα αποτελέσματα αυτής.

Σε αυτό συμφώνησαν και οι ερωτηθέντες μας αφού όπως παρατηρούμε και στο παραπάνω διάγραμμα το μεγαλύτερο ποσοστό έχει ήδη ξεκινήσει να χρησιμοποιεί κρέμες προσώπου από την ηλικία των 18 χρόνων, μια ηλικία που θεωρείται αρκετά καλή, ώστε να ξεκινήσουμε την εφαρμογή μιας ενυδατικής κρέμας για να διατηρήσουμε έτσι και στο μέλλον το δέρμα μας ενυδατωμένο και υγιές. Η χρήση κρέμας ματιών είναι καλό να ξεκινάει περίπου στην ηλικία των 25 χρόνων. Η χρήση της είναι απλή. Εφαρμόζουμε την κρέμα γύρω από τα μάτια με μικρές ανοδικές κυκλικές κινήσεις. Αποφεύγουμε να τη βάλουμε στο κινητό βλέφαρο. Η εξαφάνιση των μαύρων κύκλων και του οιδήματος, μπορεί να επιτευχθεί σε συνδυασμό με ειδικό μασάζ για την ευαίσθητη περιοχή των ματιών από κάποιον επαγγελματία. Πάντως, είναι πολύ σημαντικό και χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή η σωστή κρέμα ανάλογα με την ηλικία κάθε γυναίκας.

ΛΟΓΟΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΡΕΜΩΝ



Διάγραμμα 25

Η χρησιμοποίηση μιας κρέμας προσώπου εκτός από τα πολλαπλά αποτελέσματα που μπορεί να επιφέρει όπως ενυδάτωση, αντιγύρανση, μπορεί επίσης να συντελέσει στην προστασία του δέρματος από τις επιβλαβείς για την υγεία ηλιακές ακτινοβολίες. Οι περισσότερες πλέον ,ενυδατικές κυρίως κρέμες προσώπου, περιέχουν στην σύστασή τους και δείκτη προστασίας από τις ακτίνες UVA και UVB του ηλίου.

από την έρευνα μας διαπιστώσαμε την προτίμηση του κοινού στις κρέμες οι οποίες περιέχουν δείκτη προστασίας γεγονός πολύ σημαντικό αφού με αυτό τον τρόπο προετοιμάζουν το δέρμα τους να δεχθεί την ηλιακή ακτινοβολία ενεργοποιώντας τους φυσικούς αμυντικούς μηχανισμούς του με αποτέλεσμα να το καθιστούν λιγότερο ευαίσθητο στην αντιμετώπιση του ηλίου. Αρκετά μεγάλο όμως ήταν και το ποσοστό, όπου δεν προτιμάει τέτοιου είδους προϊόντα πιστεύοντας ότι μόνο με την εφαρμογή ενός αντηλιακού σκευάσματος κατα την διάρκεια του καλοκαιριού το δέρμα τους θα είναι αρκετά προστατευμένο από την επίδραση του ήλιου.

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, οι γυναίκες χρησιμοποιούν στην καθημερινότητα τους κρέμες προσώπου ανεξαρτήτως ηλικίας, καταγωγής και χώρας. Σημαντικό θεωρείται να αναφέρουμε τους λόγους για τους οποίους πραγματοποιούν αυτή τη χρήση.

Όπως αναγράφεται και στο διάγραμμα το μεγαλύτερο ποσοστό επιδιώκει ενυδάτωση και μια υγιή και λαμπερή όψη προσώπου.

Κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, η επιδερμίδα εξαιτίας της έκθεσης της στην ηλιακή ακτινοβολία οδηγείται σε αφυδάτωση με αποτέλεσμα να χάνετε έτσι σημαντική ποσότητα νερού από αυτήν. Γι'αυτο το λόγο οι περισσότεροι οδηγούνται στην αγορά ενυδατικών προϊόντων με σκοπό να καταφέρουν να διατηρήσουν το δέρμα τους ενυδατωμένο χαρίζοντας του έτσι μια υγιή, λαμπερή και όμορφη όψη.

Σε ηλικίες από 30 ετών και άνω όπως προαναφέρθηκε αυξάνεται το ενδιαφέρον των γυναικών για αντιρυτιδικές κρέμες. Ο σκοπός χρησιμοποίησης τους έγκειται στο γεγονός της αποφυγής των προβλημάτων που αφήνει στο πέρασμα του ο χρόνος.

Τα χρόνια περνάνε και αυτό γίνεται ιδιαίτερα εμφανές στην όψη και λειτουργία του δέρματος. Η εφαρμογή μιας κρέμας ειδικής για τέτοιου είδους προβλήματα, κάνει την γυναίκα να νοιώσει περισσότερο ασφαλής και να αισθανθεί μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση πιστεύοντας έτσι πως θα αποφύγει σε ικανοποιητικό βαθμό τα σημάδια του χρόνου.

Σήμερα, ζούμε σε μια εποχή όπου η κοινωνία μας υποφέρει από διαφόρων ειδών οικονομικά προβλήματα. Με μεγάλη έκπληξη διαπιστώσαμε από την ερευνά μας πώς το κόστος μιας κρέμας επηρεάζει σε πολύ μικρό βαθμό τους καταναλωτές. Γνωρίζοντας πώς η κρέμα που

χρησιμοποιούν αποτελεί την ιδανική γι'αυτους και θα τους χαρίσει τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα αδιαφορούν για το κόστος αυτής.

Αξίζει να αναφέρουμε πως μια αρκετά μεγάλου κόστους κρέμα δεν είναι απαραίτητα και η ιδανική!

Κατά γενική ομολογία οι περισσότερες γυναίκες φαίνονται ευχαριστημένες από το προϊόν που χρησιμοποιούν.

1.4.3. ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΕ ΚΡΕΜΕΣ ΣΩΜΑΤΟΣ



Παρατηρήσαμε ότι η συχνότητα χρησιμοποίησης κρεμών προσώπου ιδιαίτερα στο γυναικείο φύλλο είναι αρκετά μεγάλη. Το ίδιο ισχύει και για τα προϊόντα περιποίησης σώματος. Στην καθημερινότητα τους οι γυναίκες προμηθεύονται κρέμες περιποίησης σώματος όπως:κυτταρίτιδας, συσφυκτικές, αντηλιακές, body lotion. Το μεγαλύτερο ποσοστό ενδιαφέρεται για κρέμες τύπου body lotion αφού το άρωμα και η λάμψη που προσφέρουν, επιφέρουν ευεξία και αναζωογόνηση της επιδερμίδας οπότε και του ανθρώπου γενικότερα. Οι αντηλιακές κρέμες ανήκουν στις προτιμήσεις του κοινού σε πολύ μικρότερο όμως βαθμό από τις αντηλιακές κρέμες προσώπου. Πρέπει να αναφερθεί πως το δέρμα του σώματος έχει ακριβώς τις ίδιες ανάγκες με το δέρμα του προσώπου και χρήζει της ίδιας προστασίας. Οπότε οι καταναλωτές θα

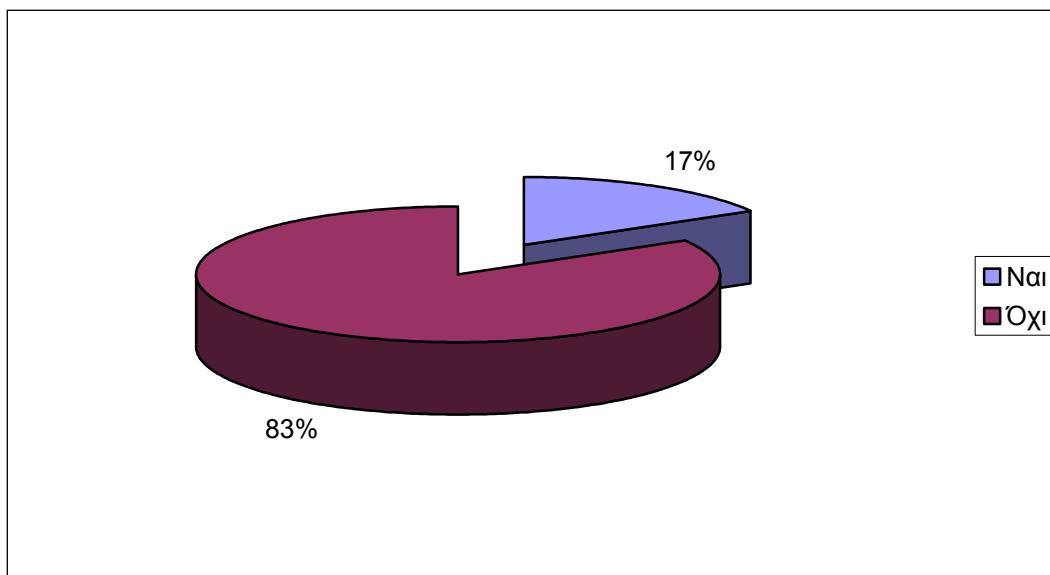
πρέπει να ενδιαφερθούν περισσότερο για τα αντηλιακά σώματος και να αυξήσουν την χρησιμοποίηση αυτών.

Σε μεγαλύτερες ηλικίες στη χρήση συσφικτικών και κρεμών κυτταρίτιδας παρατηρείται μεγάλη απήχηση. Τα σημάδια του χρόνου όπως αναφέρθηκε και παραπάνω κάνουν την εμφάνισή τους.

Σύμφωνα με την έρευνα διαπιστώνουμε για ακόμα μια φορά πως η προτίμηση μιας κρέμας για αποφυγή προβλημάτων έρχεται σε δεύτερη μοίρα και η θεραπεία ενός ειδικού υπερτερεί. Σε περιπτώσεις εμφάνισης κυτταράτιδας, οι καταναλωτές προτιμούν την επίσκεψη σε κάποιον ειδικό προκειμένου να επιτευχθεί η κατάλληλη θεραπεία και να δοθούν τα καλύτερα αποτελέσματα. Το ίδιο ισχύει για τις κρέμες αδυνατίσματος και σύσφιξης. Η άποψη των καταναλωτών είναι η χρησιμοποίηση των συγκεκριμένων κρεμών με ταυτόχρονη θεραπεία ενός ειδικού. Αυτό που ζητούν κυρίως οι καταναλωτές από τέτοιου είδους κρέμες είναι η περαιτέρω βοήθεια στην τόνωση και καλύτερη υφή του δέρματος όπως και στην μείωση βάρους και την αποφυγή κυτταρίτιδας. Τα θετικά αποτελέσματα είναι αυτά που θα τους έκαναν να προβούν στην αγορά τέτοιων προϊόντων.

Μιλώντας για αδυνατιστικές κρέμες και για την επίδραση τους στην μείωση του βάρους σημαντικό θεωρήσαμε το ερώτημα για την γνώση των συστατικών που περιέχονται στις κρέμες αυτές και που σε αυτά οφείλονται οι ευεργετικές τους ιδιότητες.

ΓΝΩΣΗ ΣΥΣΤΑΤΙΚΩΝ ΠΟΥ ΣΥΝΤΕΛΟΥΝ ΣΤΟ ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ



Διάγραμμα 26

Όπως βλέπουμε στο διάγραμμα υπάρχει πλήρης άγνοια στο θέμα αυτό. Λίγοι ήταν αυτοί που γνώριζαν τα συστατικά που συντελούν στο αδυνάτισμα και περιέχονται στις κρέμες που προορίζονται για το σκοπό αυτό. Κάποια από αυτά που γνώριζαν είναι τα εξής: φύκια, καφεΐνη, λεκιθίνη, πράσινο τσάι, οξέα φρούτων.

Τα φύκια χρησιμοποιούνται σαν συστατικά σε πολλά καλλυντικά σώματος (κρέμες βαθιάς ενυδάτωσης, κρέμες και λοσιόν κατά της χαλάρωσης...και της κυτταρίτιδας, σαπούνια για τοπικό αδυνάτισμα και σύσφιξη, οροί για την ανόρθωση του στήθους και των γλουτών). Παράλληλα, με τη μορφή σκόνης αναμεμιγμένης με αργιλική λάσπη χρησιμοποιούνται σαν επιθέματα για την επάλειψη του σώματος σε επαγγελματικές κούρες ομορφιάς, τις οποίες προσφέρουν τα κέντρα αισθητικής και τα spa.

Η λεκιθίνη αποτελεί φυσικό γαλακτωματοποιητή που διαλύει τα λίπη.
Αποτελεσματική για κάθε δίαιτα

Νέες ευεργετικές ιδιότητες από την κατανάλωση πράσινου τσαγιού για την υγεία μας δείχνουν επιστημονικές μελέτες, που ανακοινώθηκαν πρόσφατα στο 1ο Ευρωπαϊκό Συμπόσιο για τις Κατεχίνες που πραγματοποιήθηκε στο Παρίσι. Η κατανάλωση πράσινου τσαγιού μπορεί να βοηθήσει στον έλεγχο του σωματικού βάρους!

Διάφορες μελέτες σε ανθρώπους επιβεβαιώνουν ότι οι θερμογενετικές ιδιότητες του τσαγιού και η ικανότητα του να διεγείρει τις καύσεις και την οξείδωση του λίπους οφείλονται όχι μόνον στην περιεχόμενη καφεΐνη αλλά, κυρίως, στις κατεχίνες.

Στα υπέρβαρα άτομα που μελετήθηκαν και τα οποία κατανάλωναν καθημερινά εκχύλισμα πράσινου τσαγιού πλούσιου σε κατεχίνες, το σωματικό βάρος και η περίμετρος της μέσης μειώθηκαν κατά περίπου 5%. Ο σχετικός μηχανισμός συνίσταται στην αύξηση της θερμογένεσης και την αναστολή της παγκρεατικής γαστρικής λιπάσης.

Η κατανάλωση πράσινου τσαγιού επιτυγχάνει επίσης να περιορίσει το βάρος που πιθανόν επανακτά κανείς μετά το τέλος μιας δίαιτας. Παράλληλα, η κατανάλωση τσαγιού με υψηλή περιεκτικότητα σε κατεχίνες για τρεις μήνες (690 mg/ημέρα) συνοδεύεται από απώλεια βάρους, μείωση της περιμέτρου της μέσης (μείωση λόγου περιμέτρου μέσης/ περιμέτρου γλουτών), μείωση του συνολικού λίπους και συνεπώς αλλαγή της κατανομής του σωματικού λίπους.

Τέλος, η κατανάλωσή του κατά τη διάρκεια δίαιτας φτωχής σε θερμίδες αποτρέπει την επιβράδυνση των καύσεων -η οποία παρατηρείται

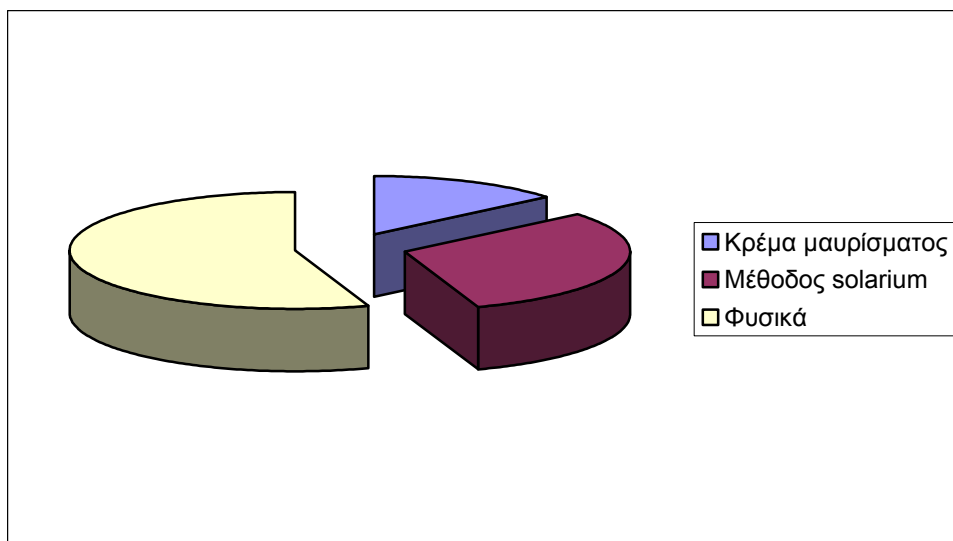
συνήθως στην περίπτωση που η δίαιτα προβλέπει χαμηλή πρόσληψη θερμίδων- και συνεπώς ευνοείται η ταχύτερη απώλεια βάρους.

Για την αγορά ενός προϊόντος περιποίησης σώματος οι περισσότεροι καταναλωτές επηρεάζονται από κάποιο φιλικό ή συγγενικό πρόσωπο και πολύ λίγοι είναι αυτοί οι οποίοι θα ζητήσουν τη γνώμη κάποιου ειδικού προτού να πραγματοποιήσουν την αγορά τους. Σε αντίθεση με τις κρέμες προσώπου για τις οποίες αναζητούν την άποψη ειδικών οι κρέμες σώματος φαίνεται να μην φέρουν ιδιαίτερης βαρύτητας γι'αυτους.

Αυτό που ενδιαφέρει ιδιαίτερα τους καταναλωτές είναι η μυρωδιά που προσφέρουν αυτές οι κρέμες, και τα αρώματα που προτιμούν είναι κυρίως:αμύγδαλο,βανίλια, καρύδα, λεμόνι, αρώματα λουλουδιών, σοκολάτα και φρέσκα αναζωγονητικά αρώματα.

Αναφέραμε προηγουμένως διεξοδικά τις καταστροφικές συνέπειες του ήλιου στο δέρμα μας. Η χρησιμοποίηση ενός προϊόντος για προστασία του δέρματος μετά την έκθεση στην ηλιακή ακτινοβολία είναι εξίσου σημαντική. Τα αποτελέσματα που βγάλαμε από την έρευνα, μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών χρησιμοποιεί και πάλι κρέμες τύπου body lotion έτσι ώστε να κατευνάσει το δέρμα του από την αίσθηση θερμότητας που παρατηρείται μετά από έκθεση στον ήλιο και να του προσφέρει την ενυδάτωση που χρειάζεται. Αρκετά υπολογίσιμο ποσοστό χρησιμοποιεί ενυδατικές κρέμες για τον ίδιο ακριβώς λόγο.

ΤΡΟΠΟΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΜΑΥΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΠΙΔΕΡΜΙΔΑΣ



Διάγραμμα 27

Η προτίμηση στην χρήση αντηλιακών προϊόντων είναι αρκετά μεγάλη. Κύριο μέλημα όμως των παραθεριστών είναι η πραγματοποίηση μιας αρκετά μαυρισμένης επιδερμίδας. Όπως παρατηρούμε και στο διάγραμμα οι περισσότεροι παραθεριστές προτιμούν να αποκτήσουν μαυρισμένη επιδερμίδα με φυσικό τρόπο. Η παραμονή τους στην παραλία για αρκετό χρονικό διάστημα με εφαρμογή πάντοτε αντηλιακού προϊόντος τους επιτρέπει να αποκτήσουν το επιθυμητό μαύρισμα παρόλο που ο χρόνος ώστε να επιτευχθεί αυτή η πραγματοποίηση τείνει να είναι λίγο μεγαλύτερος, από το χρόνο που θα χρειαζόταν με την εφαρμογή της μεθόδου του solarium. Αρκετοί όμως είναι και αυτοί που προτιμούν αυτή τη μέθοδο ως περισσότερο γρήγορη και αποτελεσματικότερη στην πραγματοποίηση του επιθυμητού μαυρίσματος, μη γνωρίζοντας τις παρενέργειες και τα προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίσουν αργότερα από αυτή την επιλογή. Σύμφωνα με έρευνες έχει αποδειχθεί πως η συχνή και επαναλαμβανόμενη χρήση της συγκεκριμένης μεθόδου μπορεί να προκαλέσει ακόμα και καρκίνο του δέρματος. Πολλοί λίγοι ήταν αυτοί που έδειξαν ενδιαφέρον στην χρησιμοποίηση μιας κρέμας μαυρίσματος ως επιπλέον βοήθεια για την επίτευξη του σκοπού τους.

Στην πλειοψηφία τους οι ερωτηθέντες είναι ευχαριστημένοι από τα προϊόντα περιποίησης σώματος που χρησιμοποιούν και από τα αποτελέσματα που επιφέρουν αυτά.

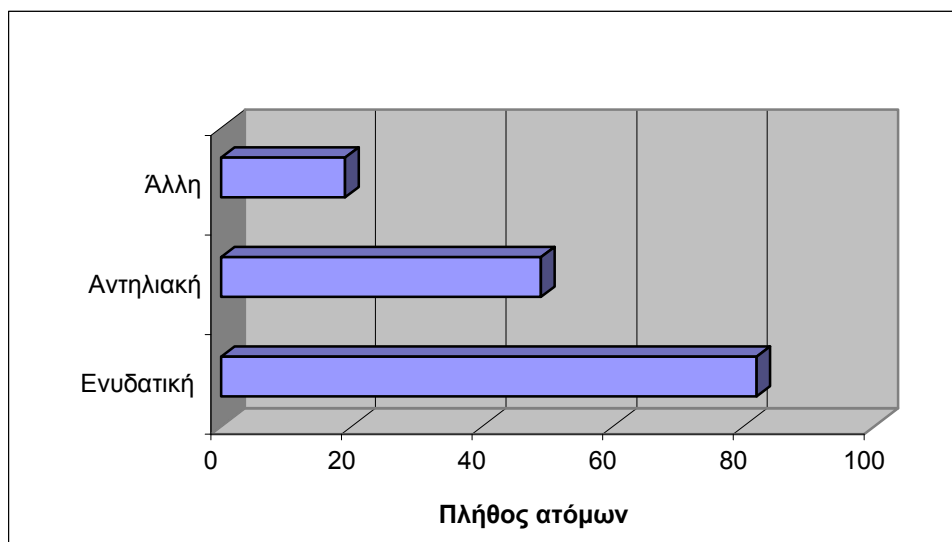
1.4.4. ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΕ ΜΑΚΙΓΙΑΖ



Από την αρχαιότητα οι γυναίκες ενδιαφέρονταν για το μακιγιάζ και για το χρώμα στο πρόσωπο, το οποίο εξέφραζε τα συναισθήματα και την ψυχολογία όπως ανά πάσα ώρα και στιγμή. Ακόμα και όπως καλοκαιρινές όπως διακοπές, τίποτα δεν θα ήταν αυτό που θα όπως έκανε να απαλλαγούν από τα συγκεκριμένα προϊόντα τα οποία όπως κάνουν να αισθάνονται περισσότερο όμορφες και μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση με τον εαυτό όπως. Οι περισσότερες προμηθεύονται όλη την γκάμα των καλλυντικών όπως, και κυρίως μεγαλύτερη προτίμηση δείχνουν σε

προϊόντα όπως: μάσκαρα, μινι-απ, μολύβι ματιών, σκιές διαφόρων μορφών, ρούζ, κραγιόν, lip gloss, πούδρα, concealer. Προϊόντα απαραίτητα για το βαλιτσάκι κάθε παραθεριστή.

ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗ ΚΡΕΜΑΣ ΠΡΙΝ ΤΟ ΜΑΚΙΓΙΑΖ



Διάγραμμα 28

Πριν την χρησιμοποίηση όμως των προϊόντων αυτών πρέπει να προετοιμάσουμε την επιδερμίδα έτσι ώστε να την καταστήσουμε ικανή για να τα δεχθεί και να αποδοθεί όσο γίνεται καλύτερα η λάμψη τους. Όπως αποδुकνείται και από το διάγραμμα, το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών χρησιμοποιεί πριν από την εφαρμογή του μακιγιάζ ενυδατικές κρέμες. Με αυτό τον τρόπο δημιουργούμε μια απαλή και ενυδατωμένη επιδερμίδα έτοιμη να "δεχθεί" τα προϊόντα μας και να μας δώσει τη δυνατότητα ταχύτερης και ευκολότερης εφαρμοστικότητας. Δεν πρέπει να ξεχνάμε όμως πως το πρόσωπο αρχικά έχει την ανάγκη απόλυτης καθαρότητας και αυτό μπορεί να επιτευχθεί με προϊόντα καθαρισμού προσώπου όπως lotion, αλλά και με πραγματοποίηση σχεδόν 2 φορές την εβδομάδα peeling, το οποίο θα βοηθήσει στην απομάκρυνση των νεκρών κυττάρων από το δέρμα.

Ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό χρησιμοποιεί αντηλιακές κρέμες για την κατάλληλη υποδοχή του μακιγιάζ, οι οποίες θεωρούνται περισσότερο παχύρρευστες

όπως επίσης και αρκετοί ήταν αυτοί που μας απάντησαν πώς θεωρούν περιττή την χρησιμοποίηση κάποιας κρέμας οποιαδήποτε μορφής, για την εφαρμογή του μακιγιάζ.

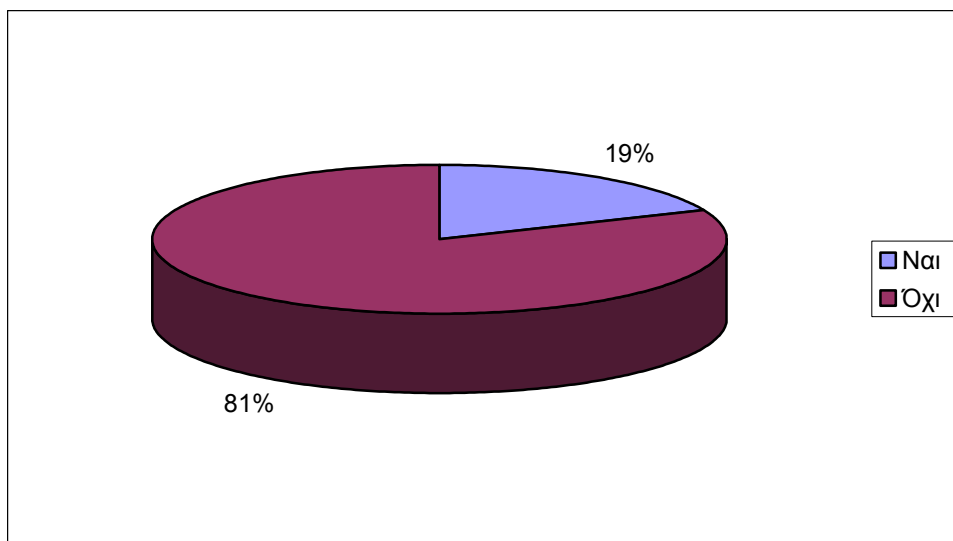
Κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, οι παραθεριστές πραγματοποιούν κάποιες ιδιαίτερες αγορές όσο αφορά τα καλλυντικά τους προϊόντα. Σύμφωνα με την ερευνά μας οι αγορές αυτές αποτελούνται από προϊόντα όπως:αδιάβροχη μάσκα, σκουρότερου χρώματος μαικ~απ.

Το μεγαλύτερο ποσοστό ενδιαφέρεται για κάποια αδιάβροχη μάσκα έτσι ώστε να αποφύγει το κλασικό "μουτζούρωμα" που δημιουργείται από τη στιγμή που ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες το πρόσωπο έρχεται σε συνεχή επαφή με το νερό. Η χρησιμοποίηση ενός σκουρότερου χρώματος μαικ~απ δίνει την εντύπωση μαυρισμένης επιδερμίδας και γι'αυτο βρίσκεται στις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Πολλοί παραθεριστές επιμένουν στις προτιμήσεις τους και δεν πραγματοποιούν κάποιες ιδιαίτερες αγορές.

Όσο αφορά τον τρόπο με τον οποίο εφαρμόζουν το μακιγιάζ, ρωτήσαμε για τις τυχόν αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο βάφονται και για την διαφορετικότητα των χρωμάτων.Το κυριότερο συμπέρασμα που βγάλαμε ήταν η διαφορετικότητα στον τόνο. Οι περισσότεροι προτιμούν πιο απαλό μακιγιάζ, με φωτεινότερα χρώματα μικρότερη ποσότητα σκιών και μαικ~απ, και περισσότερη έμφαση στα μάτια με την χρησιμοποίηση eye liner.

ΠΟΣΟΣΤΟ ΜΑΚΙΓΙΑΡΙΣΜΕΝΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΛΙΑ



Διάγραμμα 29

Όπως αναγράφεται και στο διάγραμμα, το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών προτιμάει να παραμένει αμακιγιάριστο κατά την διάρκεια της παραμονής του στην παραλία. Αυτό συμβαίνει είτε γιατί θέλουν να νοιώθουν το πρόσωπο τους καθαρό, χωρίς ίχνος μακιγιάζ, είτε γιατί η παραλία θεωρείται ένας χώρος ξεκούρασης και απαλλαγής από την καθημερινή ρουτίνα και κάποιο έστω και ένα υποτυπώδες μακιγιάζ τους γυρνά πίσω σε αυτήν.

Κάποιο μικρό ποσοστό, προτιμάει την χρησιμοποίηση του μακιγιάζ κατά την παραμονή του στην παραλία για διαφορετικό ο καθένας λόγο.

Οι περισσότεροι πραγματοποιούν την εφαρμογή του μακιγιάζ κατά την παραμονή τους στην παραλία γιατί με αυτό τον τρόπο νοιώθουν περισσότερο άνεση με τον εαυτό τους αισθάνονται μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση και φυσικά περισσότερο όμορφοι. Το μακιγιάζ τους επιφέρει καλύτερη ψυχολογία οπότε και μεγαλύτερη διάθεση για κολύμπι και διασκέδαση, γεγονός απαραίτητα για το καλοκαίρι.

Και μην ξεχνάμε ποτέ πώς, νοιώθοντας ωραίοι δείχνουμε ωραίοι.

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

2. ΑΝΤΗΛΙΑΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ

2.1. ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ



Οι πλέον πιο χρησιμοποιημένες αντηλιακές κρέμες που προέκυψαν από την έρευνα είναι οι εξής: Lancaster, Lancôme, La praire, Nivea, Avene, Roc, Vichy, Carroten, , Piz Buin, garnier, lavera . Παρακάτω αναφέρονται τα συστατικά καθεμίας από τις παραπάνω αντηλιακές κρέμες καθώς επίσης και τα αποτελέσματα που επιφέρουν τα φυσικά και χημικά φίλτρα τα οποία περιέχονται σε αυτά.

LANCASTER



Συστατικά

Active Ingredients: Avobenzone 3%, Octinoxate 7.49254%, Octisalate 5%, Octocrylene 2%, Oxybenzone 3%. Inactive Ingredients: Aqua/Water/Eau, Dimethicone, Cetearyl Alcohol, Cetyl Ricinoleate, Propylene Glycol, Dimethiconol Behenate, Styrene/Acrylates Copolymer, Ceteth-10 Phosphate, Dicapryl Phosphate, Decyl Cocoate, Acrylates/C10-30 Alkyl Acrylate Crosspolymer, Alcohol Denat., Ammonium Acryloyldimethyltaurate/VP Copolymer, Angelica Archangelica Root Extract, Anthemis Nobilis Flower Extract, Ascorbic Acid, Ascorbyl Palmitate, BHT, Butylene Glycol, Camellia Sinensis Leaf Extract, Cetrimonium Chloride, Citric Acid, Citrullus Vulgaris (Watermelon) Fruit Extract, Coffea Arabica (Coffee) Extract, Creatine, Cyclopentasiloxane, Dimethiconol, Disodium EDTA, Glycerin, Glycogen, Guar Hydroxypropyltrimonium Chloride, Hydrolyzed Citrus Aurantium Dulcis Fruit Extract, Hydrolyzed Enteromorpha Compressa Extract, Hydrolyzed Lupine Protein, Hydrolyzed Rice Protein, Lecithin, PEG-4 Laurate, PEG-8, Pongamia Pinnata Seed Extract, PVP, Silica, Sodium Carboxymethyl Beta-Glucan, Sodium Citrate, Sodium Hydroxide, Tocopherol, Tocopheryl Acetate, Triethanolamine, Xanthan

Παπαϊκονόμου Σεβαστή 77 T.E.I. Αισθητικής και Κοσμητολογίας

Gum, Chlorphenesin, Methylparaben, Phenoxyethanol,
Parfum/Fragrance.

CARROTEN



INGREDIENTS:

aqua ,glycerin ,ethylhexyl stearate ,cetearyl isononanoate ,glyceryl stearate,athylhexyl methoxycinnamate ,cetearth-20 ,diethylamino hydroxybenzoyl,hexyl benzoate,octocrylene,saccharide isomerate ,cetearth-12 ,cetearyl alcohol ,cetyl palmitate,tricontanyl pvp,tocopheryl acetate, phenoxyethanol methylparaben,propylparaben, 2-bromo-2-nitropropane-1, 3-diol ,panthenol, peg-40 hydrogenated castor oil,ethylhexyl triazone, ppg-25-laureth-25,ethylparaben ,butylparaben ,isobutylparaben ,bisabolol ,elaeis guineensis ,arachis hypogaea ,daucus carota ,isopropyl myristate ,beta carotene, tocopherol ,bht ,tetrasodium edta ,aloe barbadensis ,parfum ,alpha-isomethyl ionone , coumarin

LAVERA



INGREDIENTS:

Water, Glycine, Soja, Titanium, Dioxide, Alcohol, Glycerin, Caprylic/Capric, Triglyceride, Sodium, Lactate, Lysolecithin, Helianthus, Annuus, Hydrogenated, Palm, Glycerides, Dipotassium, Glycyrrhizate, Calendula, Officinalis, Hamamelis, Virginiana, Rosa, Damascen, Xanthan, Gum, Betaglucan, Hydrogenated, Lecithin, Alumina, Tocopherol, Brassica, Campestris, (Rapeseed), Sterols, Stearic, Acid, Ascorbyl, Palmitat, Parfum, Citral, Coumarin, Eugenol, Geraniol, Citronellol, Limonene, Linalool

AVENE



INGREDIENTS:

avene aqua, ethylhexyl methoxycin-namate, methylene bis-benzotriazolyl tetra-methylbutylphenolaqua, butylene glycol, c12-15 alkyl benzoate, cyclomethicone, bis-ethylhexyloxyrhenol methoxyphenyl triazine, ptfе, dimethicone, cetearyl alcohol c20-22 alkyl phosphate polymethyl methacrylate, c20-22 alcohols, caprylic/capric triglyceride, chlor-rhenesin,

coco-glucoside, cucurbita pepo, decyl glucoside, disodium edta, parfum, hydroxyethyl acrylate/sodium acryloyldimethyl taurate copolymer, phenoxyethanol polysorbate 60, propylene glycol sorbic acid, squalane, titanium dioxide, tocopheryl glucoside, triethanolamine, triethoxycaprylylsilane, trimethoxycaprylylsilane, xanthan gum, zinc oxide.

NIVEA



INGREDIENTS:

aqua, butylene glycol dicaprylate/dicaprate, ethylhexyl methoxycinnamate, glycerin, butyl methoxydibenzolmethane, alcohol denat, bis-ethyl-hexyloxyrhenol methoxyphenyl triazine, ethylexyl triazone, c18-36 acid triglyceride, cetareth-20, taurine, tocopheryl acetate, vp/hexadecene copolymer, sodium acrylates/c10-30 alkyl acrylate crosspolymer, trisodium edta, phenoxyethanol, methylparaben, propylparaben, limonene, linalool, benzyl benzoate, hydroxyisohexyl 3-cyclohexene carboxaldehyde, hexyl cinnamal, benzyl salicylate, eugenol,
Παπαϊκονόμου Σεβαστή

butylphenyl methylpropional, alpha-isomethyl linone, citronellol, coumarin, bht, parfum.

GARNIER



INGREDIENTS:

aqua ,propylene glycol ,glycerin ,cyclopentasiloxene ,c12-15 alkyl benzoate dioxide, isorexadecane ,butyl methoxydibenzoylmethane ,potassium coryl phosphate, vp/elcosene copolymer ,tocopherol ,stearic acid ,peroxyethanol ,peg-100 stearate ,ethylhexyl triethanolamine ,dimethicone ,propylparaben isobutylparaben, terephthalylidene dicamphor sulfonic acid ,acrylates/c10-30 alkyl acrylate crosspolymer ,cereus grandifolius ,disodium edta, methylparaben, butylparaben ,aluminum hydroxide ,glyceryl stearate ,glycine soja ,parfum ,c17324/1.

PIZ BUIN



INGREDIENTS:

aqua, c12-15 alkyl benzoate, butylene glycol, homosalate, butyl methoxydibenzoylmethane, glycerin, octocylene, vp/hexadecene copolymer, polyester-7, caprylyl glycol, benzophenone-3, bis-ethylhexyloxyphenol methoxyphenyl triazine, acetyl hexapeptide-1, tocopheryl acetate, retinyl palmitate, ascorbic acid, pantothenic acid, acrylates copolymer, styrene/acrylates copolymer, polymethyl methacrylate, diethylhexyl 2,6-naphthalate, neopentyl glycol diheptanoate, glyceryl stearate, peg-100stearate, stearyl alcohol, myristyl alcohol, linseed acid, pentylene glycol, cetyl alcohol, potassium cetyl phosphate, xanthan gum, carbomer, sodium dodecylbenzenesulfonate, disodium edta, dextran, sodium hydroxide, phenoxyethanol, methylparaben, parfum.

VICHY



INGREDIENTS:

aqua, glycerin, c12-15 alkyl benzoate, propylene glycol, octocrylene, ethylexyl salicylate, cyclohexasiloxane, titanium dioxide, alcohol deuat, butyl methoxydibenzoylmethane, nylon-12, ethylhexyl triazone, stearic acid, bis-ethylhexyloxyphenol methoxypheuyl triazine potassium cetyl phosphate, drometrizoletrisiloxane, airylates/c10-30 alkyl acrylate crosspolymer, aluminium hydroxide, caprylyr glycol, cetyl alcohol, dimethicone, disodium edta, ethylparabeu, glyceryl stearate, hydroxypropyl methylcellulose, methyl parabeu, methylsilanol/silicate crosspolymer, peg-100 stearate, phenoxyethanol, poly c10-30 alkylacrylate,silica, sodium hyaluronate, terephthaylidene dichauiphor, suifonic acid, tocopherol, triethanolamine.

ROC



INGREDIENTS:

aqua, cyclohexasiloxane, octocrylene, butylene glycol, tridecyl salicylate, methylene bis-benzotriazolyl, tetra methylbutylphenol, bis-ethylhexyloxyphenol methoxyphenyl triazine, vp/eicosene copolymer, titanium dioxide, styrene/acrylates copolymer, butyl methoxydibenzoylmethane, diethylamino hydroxybenzoyl, hexyl benzoate, glycerin, silica, peg-100 stearate, glyceryl stearate, ethylhexil stearate, caprylic/capric glycerides cyclopeutasiloxane, hydralyzed wheat protein, pg/propyl methylsilanediol, chrysauthenium parthenium extraet, liuseed acid, alumina, potassium cetyl phosphate, stearic acid, decyl glucoside, peg-8 layrate, polysorbate 20, sodium dodecylbenzenesulfouate, polyacrylate-13, cetearyl alcohol, polyisobutene, xauthau gium, disodium edta, tocopheryl acelate, phenoxyethanol, ethylparabeu, methylbarabeu, propylparabeu.

2.2. ΦΩΤΟΠΡΟΣΤΑΤΕΥΤΙΚΕΣ ΟΥΣΙΕΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΕΩΣ ΚΑΙ ΦΙΛΤΡΑ

Η αντίληψη του ότι τα φυσικά φίλτρα είναι τα καλά και τα χημικά όχι και τόσο δεν ισχύει στην περίπτωση των αντηλιακών. Τα πρώτα ενεργούν με φυσικό τρόπο, δηλαδή αντανακλώντας ακτίνες και τα δεύτερα με χημικό, δηλαδή απορροφούν την ακτινοβολία, τη σταματούν και δεν την αφήνουν να προχωρήσει στο δέρμα. Σήμερα τα αντηλιακά διακρίνονται ανάλογα με το έκδοχό τους σε κρεμώδη, ζελέ, γαλακτώματα, spray, ώστε κάθε ένα από αυτά να αντιστοιχεί στον ανάλογο τύπο δέρματος. Παραδείγματος χάριν, εάν το δέρμα του προσώπου μας είναι λιπαρό, πρέπει να χρησιμοποιήσουμε spray ή ζελέ ή πολύ ελαφριές κρέμες, διότι οι λιπαρές λαδώνουν και δεν είναι πάρα πολύ ανεκτές. Μεγαλύτερης ηλικίας άτομα με γηρασμένο δέρμα πρέπει να χρησιμοποιήσουν κρέμες που θα τους προσφέρουν και ενυδάτωση και όχι spray που θα τους ξηράνουν ακόμη περισσότερο το δέρμα. Οι άντρες δεν βάζουν συνήθως κρέμα γιατί τους λαδώνει και κυρίως χρησιμοποιούν spray και γαλακτώματα. Επομένως ο τύπος του δέρματος καθορίζει το έκδοχο, ώστε το αντηλιακό να είναι πιο αποδεκτό κατά περίπτωση, ανάλογα με τον τύπο του δέρματος.

Στην αγορά των αντηλιακών εισέρχονται συνεχώς νέες μορφές προϊόντων, χωρίς εντούτοις να προστίθενται ουσιαστικά νέα προστατευτικά φίλτρα: μόλις εννέα αντηλιακά φίλτρα (χημικά και φυσικά) είναι παγκοσμίως αναγνωρισμένα και το τελευταίο νέο συστατικό (το οξειδίο του ψευδαργύρου) εισήχθη το 1996. Επίσης στην προώθηση και τη διαφήμιση των αντηλιακών χρησιμοποιούνται συχνά παραπλανητικοί όροι για τους καταναλωτές.

Αν ρίξει κανείς μια ματιά στα αντηλιακά δέκα χρόνια πριν, θα δει ότι τα φίλτρα κατά της υπεριώδους ακτινοβολίας ήταν περιορισμένα στις βενζοφαινόνες ή στο οξείδιο του ψευδαργύρου.

Τώρα διατίθενται νέα φίλτρα (οκτοκρυλένιο, αβοβενζόνη, ντρομετριζόλητρισυλοξάνη), που απορροφούν την ακτινοβολία με περισσότερη ασφάλεια, ενσωματώνονται εύκολα στο τελικό προϊόν, είναι συμβατά με τα υπόλοιπα συστατικά του αντηλιακού και είναι φωτοσταθερά.

Τα ορυκτά φυσικά φίλτρα ανακλούν το 99% της προσπίπτουσας UVB. B.

Χημικά φίλτρα χαρακτηρίζονται τα UVA Block (απορροφούν το 90 % της UVA κατά το αυστραλιανό πρότυπο). Ένας τέτοιος συνδυασμός μάς δίνει αντηλιακά μέγιστης προστασίας.

1.Φυσικά φίλτρα: (διοξείδιο του τιτανίου ή οξείδιο του ψευδαργύρου). Είναι περισσότερο ασφαλή γιατί δεν απορροφώνται διαδερματικά, όμως ανακλούν λιγότερο την UVA ακτινοβολία.

2.ΧΗΜΙΚΑ ΦΙΛΤΡΑ:

ΧΗΜΙΚΑ ΦΙΛΤΡΑ ΕΝΤΟΣ ΦΑΣΜΑΤΟΣ:

Φίλτρα UVB (290-320 nm)

Παρααμινοβενζοϊκό οξύ και παράγωγα

Παράγωγα κινναμωμικού οξέος

Παράγωγα σαλικυλικού οξέος

Παράγωγα καμφοράς

Φαινυλο-βενζιμιδοζόλο- σουλφονικό οξύ.

- ✚ Φίλτρα UVA (320 – 400 nm)
βούτυλο-μεθόξυ-βενζουλο-μεθάνιο.

ΧΗΜΙΚΑ ΦΙΛΤΡΑ ΕΥΡΕΩΣ ΦΑΣΜΑΤΟΣ

(UVA +UVB)

Είναι τα πλέον χρησιμοποιούμενα, απορροφούν την υπεριώδη ακτινοβολία και ανήκουν στην κατηγορία των βενζοφαινονών.

Η ηλιακή ακτινοβολία εμπεριέχει τη μικρού μήκους κύματος υπεριώδη ακτινοβολία (υπεριώδης Β) και τη μεγάλου μήκους κύματος υπεριώδη ακτινοβολία (υπεριώδης Α).

Η προστατευτική δράση των αντηλιακών φίλτρων οφείλεται είτε στη δυνατότητα απορρόφησης των υπεριωδών ακτινών Β ή και Α, είτε στη δυνατότητα διάθλασης ή ανάκλασης των παραπάνω ακτινών.

Τα χημικά, λοιπόν, φίλτρα που κατατάσσονται στην πρώτη περίπτωση δεν είναι άλλο παρά συνθετικά μόρια που εμποδίζουν τις ακτίνες που εισχωρούν στο δέρμα να φτάνουν στα βαθύτερα στρώματα του οργανισμού και να καταστρέφουν τη δομή των κυττάρων.

Τα φυσικά, πάλι, φίλτρα που εμπεριέχονται στα αντηλιακά, δηλαδή το διοξείδιο του τιτανίου και το οξείδιο του ψευδαργύρου, δεν κάνουν τίποτε άλλο από το να δημιουργούν μια «ασπίδα» προστασίας, που απορροφά τις υπεριώδεις ακτίνες και αντανακλά τις υπέρυθρες. Τα χημικά φίλτρα είναι πιο δυνατά από τα φυσικά, όμως μερικές φορές δημιουργούν αλλεργικές αντιδράσεις.

Τα περισσότερα από τα αντηλιακά που κυκλοφορούν στο εμπόριο είναι χημικά και τα φίλτρα τους απορροφούν μερικώς ή ολικώς την υπεριώδη ακτινοβολία Β. Αυτή δηλαδή που είναι υπεύθυνη για τις άμεσες συνέπειες της ηλιοθεραπείας, όπως κοκκίνισμα, εγκαύματα και ξεφλούδισμα.

Ο συνδυασμός των UV φίλτρων παρέχει τη δυνατότητα δημιουργίας πληθών σκευασμάτων για την προστασία από την ηλιακή UVA και UVB ακτινοβολία. Ο συνδυασμός φυσικών και χημικών φίλτρων δίνει αντηλιακά μέγιστης σημασίας.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Μέσα από την έρευνα διαπίστωσα ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος χρησιμοποιεί προϊόντα περιποίησης χωρίς να γνωρίζει ουσιαστικά τα συστατικά από τα οποία αποτελούνται. Η άγνοια αυτή ή έστω η γνώση στοιχειωδών μόνο συστατικών οδήγησε πολλές φορές σε αλλεργικές αντιδράσεις ποικίλων μορφών. Παρ' όλα αυτά πολλές γυναίκες μάς δήλωσαν ότι εμμένουν στο προϊόν που χρησιμοποιούν και δύσκολα μεταπέιθονται ώστε να διαφοροποιήσουν τις επιλογές τους. Στην περίπτωση αυτή καλούμε τους καταναλωτές να ενημερώνονται τακτικά για τα συστατικά που δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιούνται σε προϊόντα περιποίησης γιατί αυτά προκαλούν βλαβερές συνέπειες στο δέρμα.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως πολλές γυναίκες σκοπεύουν σε ένα αποτελεσματικό μαύρισμα τους καλοκαιρινούς μήνες αφήνοντας τους κινδύνους που μπορεί να προκαλέσει η πολύωρη έκθεση στον ήλιο. Σ' αυτό συμβάλλει επίσης και η χρήση αντηλιακού χαμηλού δείκτη προστασίας ο οποίος δεν ενδείκνυται για το συγκεκριμένο τύπο δέρματος. Παράλληλα η αντηλιακή κρέμα δεν ανανεώνεται σε τακτά χρονικά διαστήματα όπως θα έπρεπε.

Επιπρόσθετα η επιλογή κάποιου προϊόντος, κυρίως σώματος και αντηλιακού, δεν γίνεται συνειδητά μετά από κάποια συνάντηση με ειδικό, δερματολόγο ή αισθητικό, αλλά τυχαία με μόνο κριτήριο την απήχηση στο ευρύ κοινό. Φυσικό επακόλουθο αυτού είναι η πραγματοποίηση αγοράς ενός προϊόντος που δεν ανταποκρίνεται στο συγκεκριμένο τύπο δέρματος και συνεπώς δε φέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Το ζητούμενο, λοιπόν, είναι να αλλάξει ο τρόπος

ενημέρωσης των καταναλωτών για τα νέα προϊόντα έτσι ώστε να αποφευχθούν αναξιόπιστες αγορές.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μέσα από αυτή την έρευνα κρίνω πως πρέπει να γίνεται καλύτερη ενημέρωση σχετικά με τον τρόπο χρήσης των προϊόντων έτσι ώστε να μπορούν να επιφέρουν τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Κάνοντας μία γενική αποτίμηση της παρούσας έρευνας, θα έλεγα πως αποκόμισα πολλά στοιχεία που αφορούν το καταναλωτικό κοινό και τις συνήθειές τους όσον αφορά τη χρήση των καλλυντικών προϊόντων.

Θα ήθελα, επίσης να σημειώσω ότι οι ερωτηθέντες ήταν ιδιαίτερα συνεργάσιμοι μαζί μου, γεγονός που δηλώνει το ενδιαφέρον των παραθεριστών για τον καλλωπισμό και τη χρήση προϊόντων περιποίησης για το σώμα και πρόσωπο.

Τέλος ομολογώ πως η όλη διαδικασία διεξαγωγής της έρευνας και καταγραφής των συμπερασμάτων ήταν πολύ ενδιαφέρουσα και ωφέλιμη σε αυτή τη φάση της ακαδημαϊκής μου πορείας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία

Ιώαννα Χ. Λεονταρίδου, *Αποτρίχωση με laser και IPL*, University studio press

Πέππα Μ., *Το χρώμα στο μακιγιάζ*.

Άννα Σαββίδου, *Χρώμα και Μακιγιάζ*, Θεσσαλονίκη 2001

Γεώργιος Γραμματικόπουλος, *Φωτογύρανση-Φωτοπροστασία*, Τμήμα εκδόσεων: ΤΕΙΘ Θεσσαλονίκης 2004

Τιμοθέα Πατζίκα, *Επάγγελμα Αισθητικός*, Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα Οκτώβριος 2001

Goldestein D, *Dangerous Καλλυντικά*, 29 Μαρτίου 2005

Hampton A, *Φροντίδα Natural Organic Τρίχας και Δέρματος Α.Φ: Οργανικός Τύπος* 1987

Links στο internet

<http://www.nosokomia.gr>

<http://www.medlook.net>

<http://www.maxinewspaper.com>

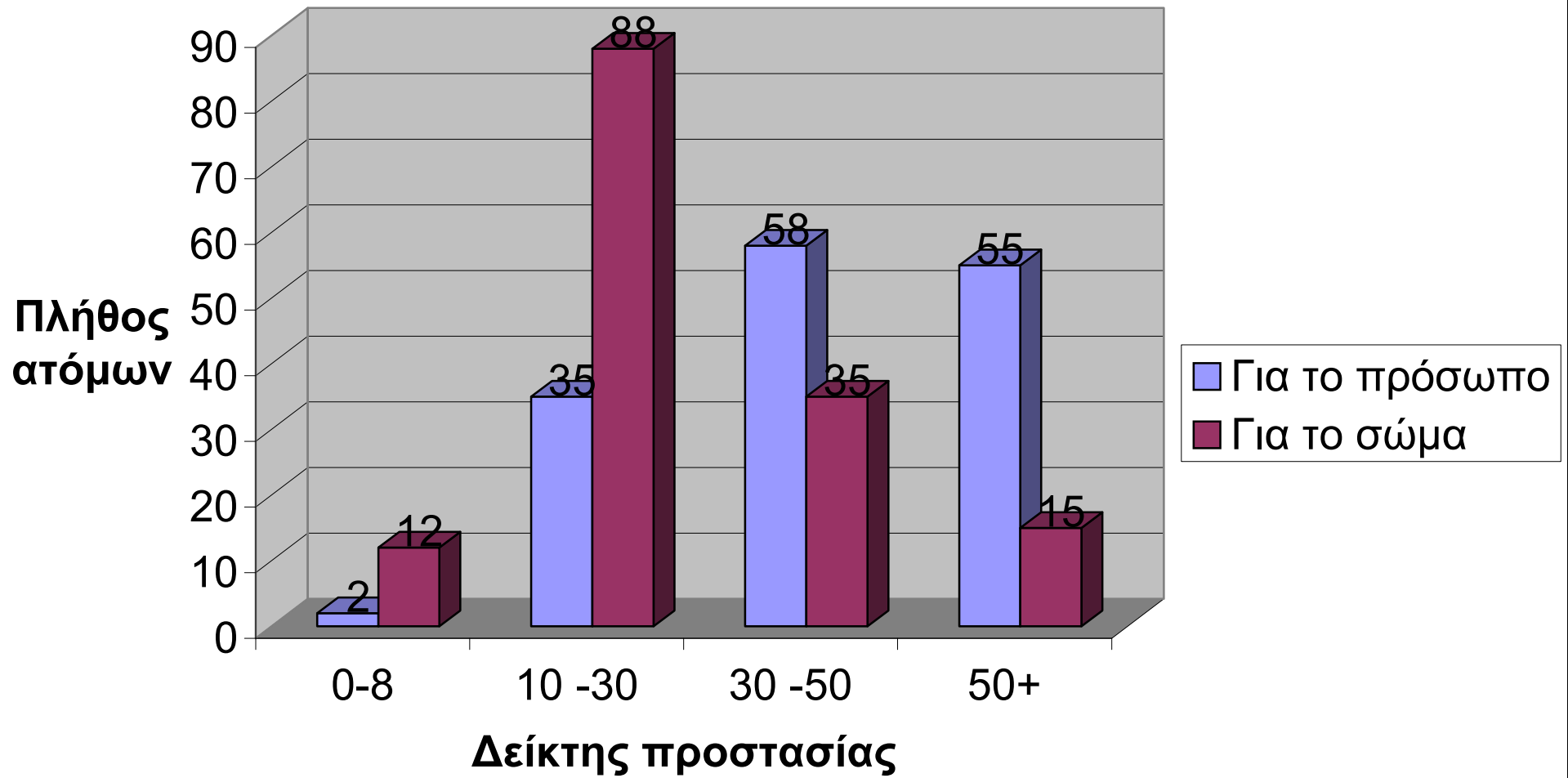
Ηνωμένος Οργανισμός Φαρμάκων και Τροφίμων Διαθέσιμος σε:

<http://www.cfsun.fba.gov>

<http://www.greenpeace.org>

<http://www.cleanlife.com>

Δείκτης προστασίας



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΦΥΛΟ: Άντρας

Γυναίκα

ΗΛΙΚΙΑ: **15-18** ετών
 18-30 ετών
 30-45 ετών
 45 + ετών

ΧΩΡΑ:

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ:

ΣΠΟΥΔΕΣ:

ΤΕΛΕΙΟΦΟΙΤΟΣ ΛΥΚΕΙΟΥ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
Τ.Ε.Ι
ΑΛΛΕΣ

ΓΕΝΙΚΕΣ

1. Τι προϊόντα προμηθεύεστε κατά την διάρκεια των διακοπών;

.....
.....

2. Ποιος σας σύστησε το προϊόν που χρησιμοποιείτε;

- Δερματολόγος
- Αισθητικός
- Φαρμακοποιός
- Κάποιος άλλος

3. Από πού προμηθεύεστε τα προϊόντα που χρησιμοποιείτε;

- Φαρμακείο
- Κατάστημα καλλυντικών
- Κάπου αλλού

4. Επιλέγετε τα προϊόντα που χρησιμοποιείτε ανάλογα με:

- Το πρόβλημα που μπορεί να υπάρχει
- Τον τύπο δέρματος (λιπαρό, ξηρό)
- Το κόστος

5. Χρησιμοποιείτε προϊόντα για το σώμα ή το πρόσωπο για:

Προληπτικούς λόγους

Ή

Μόνο αν υπάρχει κάποιο πρόβλημα

6. Αν σας έλεγαν πως πρέπει να προμηθευτείτε για τις διακοπές σας μόνο 3 προϊόντα ποια θα ήταν αυτά;

1.....

2.....

3.....

7. Έχετε υπόψιν σας ποια συστατικά δεν επιτρέπετε να χρησιμοποιούνται στα προϊόντα;

Ναι Όχι

Αν ναι ποια;

Τα ελέγχετε μόνοι σας ;

Ή

Εμπιστεύεστε τον πωλητή;

8. Τι είναι αυτό που θα σας έκανε να δώσετε περισσότερα χρήματα για ένα προϊόν;

.....
.....

ΑΝΤΗΛΙΑΚΕΣ ΚΡΕΜΕΣ

1. Χρησιμοποιείτε αντηλιακά προϊόντα;

Ναι Όχι

2. Ποιο αντηλιακό χρησιμοποιείτε;

.....

3. Ποιος ο δείκτης προστασίας του αντηλιακού σας;

.....

4. Ανανεώνετε το αντηλιακό σας κάθε:

3 ώρες

5 ώρες

1 φορά την ημέρα

2 φορές την ημέρα

5. Ποιος σας σύστησε το προϊόν που χρησιμοποιείτε;

- Δερματολόγος
- Αισθητικός
- Φαρμακοποιός
- Κάποιος άλλος

6. Από πού προμηθευτήκατε το αντηλιακό που χρησιμοποιείτε;

- Φαρμακείο
- Κατάστημα καλλυντικών
- Κάπου αλλού

7. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε αντηλιακά προϊόντα;

- Για αντηλιακή προστασία
- Για γενικότερη χρήση

8. Όσον αφορά την εφαρμοστικότητα προτιμάτε ένα προϊόν του τύπου:

- GEL
- SPRAY
- Γαλάκτωμα
- Κρέμα

9. Σας έχει τύχει ποτέ αλλεργική αντίδραση σε κάποιο προϊόν;

Ναι Όχι

Αν ναι σε ποιο;

10. Προτιμάτε επώνυμα προϊόντα ή οποιοδήποτε προϊόν ;

.....

11. Προτιμάτε αντηλιακά προϊόντα σε μορφή:

- Κρεμώδη
- Ελαιώδη

12. Χρησιμοποιείτε αντηλιακή κρέμα μόνο κατά την διάρκεια :

- Του καλοκαιριού
- Όλες τις εποχές

13. Πιστεύετε ότι το αντηλιακό αποτελεί την μοναδική προστασία από τον ήλιο;

Ναι Όχι

Αν όχι με τι άλλο μέσο προστατεύεστε;

.....

14. Έχει προκληθεί ποτέ στο δέρμα σας έγκαυμα ή κάποιος άλλος ερεθισμός παρόλη τη χρήση αντηλιακού προϊόντος;

Ναι Όχι

Αν ναι σε ποιο προϊόν ;

15. Γνωρίζετε τα συστατικά που περιέχει το αντηλιακό που χρησιμοποιείτε ;

Ναι Όχι

16. Είστε ευχαριστημένη από την προστασία που σας χαρίζει το αντηλιακό που χρησιμοποιείτε ;

Ναι Όχι

ΚΡΕΜΕΣ ΠΡΟΣΩΠΟΥ

1. Χρησιμοποιείτε στην καθημερινότητά σας κρέμες προσώπου;

Ναι

Όχι

2. Τι κρέμες χρησιμοποιείτε κατά την διάρκεια της ημέρας;

- Ενυδατικές
- Αντιρυτιδικές
- Αντηλιακές
- Κρέμες νύχτας
- Αδυνατιστικές

3. Ποιος σας σύστησε το προϊόν που χρησιμοποιείτε;

- a. Δερματολόγος
- b. Αισθητικός
- c. Φαρμακοποιός
- d. Κάποιος άλλος

4. Με ποιο τρόπο ενημερώνόσαστε για τα καινούρια προϊόντα που κυκλοφορούν;

- Από την αισθητικό σας
- Από δερματολόγο
- Από μέσα μαζικής ενημέρωσης
- Από έγγραφο τύπο

5. Τι είναι αυτό που θα σας έκανε να αγοράσετε ένα προϊόν που δεν έχετε ξαναδοκιμάσει ;

- Η εξυπηρετικότητα της πωλήτριας
- Η συσκευασία
- Το άρωμα
- Τα συστατικά που περιέχει
- Η όποια αποτελεσματικότητα

6. . Σας έχει τύχει ποτέ αλλεργική αντίδραση σε κάποιο προϊόν;

Ναι Όχι
Αν ναι σε ποιο;

7. Χρησιμοποιείτε περισσότερο προϊόντα για το σώμα ή για το πρόσωπο;

.....

8. Σε κάποιο πρόβλημα που μπορεί να προκύψει προτιμάτε:

- Τη χρησιμοποίηση μιας κρέμας
- Η
- Την θεραπεία από κάποιον ειδικό

9. Από ποια ηλικία χρησιμοποιείτε κρέμες προσώπου ;

- 15 ετών
- 18 ετών
- 20 ετών
- 25+ετών

10. Η κρέμα ημέρας που χρησιμοποιείτε περιέχει δείκτη προστασίας;

Ναι

Όχι

Από ποια εποχή του έτους ξεκινήσατε την χρησιμοποίησή της;

Μάρτιος

Απρίλιος

Μάιος

Ιούνιος

Άλλη

11. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε την κρέμα προσώπου σας;

➤ Ενυδάτωση

➤ Καλή όψη του δέρματος

➤ Για να αποφύγετε τα σημάδια του χρόνου

➤ Για κάποιο άλλο λόγο

12. Κατά πόσο επηρεάζει την επιλογή σας το κόστος της κρέμας που αποτελεί την ιδανική για εσάς ;

➤ Λίγο

➤ Πολύ

➤ Καθόλου

13. Έχετε δει θετικά αποτελέσματα από το προϊόν που χρησιμοποιείτε ;

Ναι

Όχι

ΚΡΕΜΕΣ ΣΩΜΑΤΟΣ

1. Χρησιμοποιείτε στην καθημερινότητα σας κρέμες σώματος;

Ναι Όχι

2. Τι κρέμα χρησιμοποιείτε καθημερινά για το σώμα;

- Κυτταρίτιδας
- Συσφικτικές
- Αντηλιακές
- Body lotion
- Άλλες

3. Γνωρίζετε ποια συστατικά συντελούν στο αδυνάτισμα;

Ναι Όχι

Αν ναι ποια ;

.....
.....

4. Ποιος σας σύστησε το προϊόν που χρησιμοποιείτε;

- a. Δερματολόγος
- b. Αισθητικός
- c. Φαρμακοποιός
- d. Κάποιος άλλος

5. Από τις κρέμες σώματος που χρησιμοποιείτε έχετε δει κάποιο άμεσο αποτέλεσμα

Ναι Όχι

6. Μετά την έκθεση του δέρματος σας στον ήλιο χρησιμοποιείτε κάποιο άλλο προϊόν ;

- Ενυδατική κρέμα
- Body lotion
- Κάποιο άλλο προϊόν

7. Κατά την διάρκεια του καλοκαιριού προτιμάτε:

Μια κρέμα κυτταρίτιδας

Μια θεραπεία από ειδικό πριν την διάρκεια του καλοκαιριού

8. Τι ακριβώς είναι αυτό που περιμένετε από μια κρέμα αδυνατίσματος ή από μια κρέμα σύσφιξης ;

.....
.....

Μπορεί από μόνη της να δώσει θετικά αποτελέσματα ;

Ναι Όχι

9. Η μυρωδιά των κρεμών σώματος ποικίλει Βανίλια, αμύγδαλο αλλά και με τη μυρωδιά του αγαπημένου σας αρώματος..

Εσείς ποιο προτιμάτε ;

Ή μήπως δεν χρησιμοποιείτε ;

10. Προτιμάτε να αποκτήσετε μαυρισμένη επιδερμίδα με:

- Μια κρέμα μαυρίσματος
- Με τη μέθοδο του solarium
- Με φυσικό τρόπο

11.Είστε ευχαριστημένοι από το προϊόν που χρησιμοποιείτε;

Ναι

Όχι

ΜΑΚΙΓΙΑΖ

1. Τι προϊόντα χρησιμοποιείτε για το μακιγιάζ σας στην διάρκεια των διακοπών ;

.....
.....

2. Χρησιμοποιείτε πριν το μακιγιάζ κάποια κρέμα προσώπου;

- Ενυδατική
- Αντηλιακή
- Κάποια άλλη

3. Κατά την διάρκεια των διακοπών πραγματοποιείτε κάποια ιδιαίτερη αγορά ;

- Αδιάβροχη μάσκα
- Σκουρότερο χρώματος μαικ-απ
- Κάτι άλλο

4. Παρατηρείτε κάποιες αλλαγές στις συνήθειες σας όσο αφορά το μακιγιάζ κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών ;

.....
.....

5. Κατά την παραμονή σας στην παραλία είστε μακιγιαρισμένη;

Ναι

Όχι

Αν ναι γιατί ;

.....
.....

3. Where do you buy the products you use?

- Pharmacy
- Beauty shop
- Other

4. Do you choose the products you use according to:

- The problem there may be
- The type of skin (oily, dry)
- The price

5. Do you use products for the face or body for:

Prevention

or

Only if there is a problem

6. If you could only take with you on your vacation just three products which would they be?

1.....

2.....

3.....

7. Do you recognize what ingredients are not supposed to be used in beauty products?

Yes No

If yes which are they?

.....

Do you check the labels yourself?

or

Trust the salesman?

8. What makes you buy a more expensive product?

.....
.....

SUNCREAMS

1. Do you use suncreams?

Yes No

2. Which brand of sun cream do you use?

.....

3. What is the level of protection?

4. How often do you reapply your suncream, every:

- 3 hours
- 5 hours
- Once a day
- Twice a day

5. Who recommended the product you use?

- dermatologist
- beautician
- pharmacy
- Other

6. Where do you buy the products you use?

- Pharmacy
- Beauty shop
- Other

7. Why do you use sunscreen?

- For sun protection
- For general use

8. What type of sunscreen do you prefer?

- GEL
- SPRAY
- LOTION
- CREAM

9. Have you ever had an allergic reaction to a product?

Yes No

If yes, which product;

.....

10. Do you prefer well known products or any product?

.....

11. Do you prefer sun creams that are :

- Creamy
- Oily

12. Do you use sun cream:

- Only during the summer
- During the whole year

13. According to your opinion is the use of suncream the only way of protection from the sun?

- Yes No

If no, how else can you protect yourself from the sun?

.....

14. Despite the use of suncream have you ever had sunburn or a skin rash?

- Yes No

If yes, which was the product you used?

.....

15. Are you aware of the ingredients your suncream consists of?

- Yes No

16. Are you satisfied with your suncream?

- Yes No

FACIAL CREAMS

1. Do you use a facial cream every day?

Yes

No

2. What kind of creams do you use during the day:

- Moisturizing
- Anti - wrinkle
- Sun protection
- Night cream

3. Who recommended the products you use?

- dermatologist
- beautician
- pharmacy
- other

4. How are you informed about new products?

- From your beautician.
- From a dermatologist.
- From advertisements
- From pamphlets

5. What makes you buy a product for the first time?

- The assistance and advice of the salesman
- The package

- The scent
- The ingredients
- The effectiveness

6. Have you ever had an allergic reaction to a product?

Yes No

If yes, which product?

.....

7. Do you use more products for the face or the body?

.....

8. If a problem arises, do you prefer

➤ The use of a cream

or

➤ A therapy from a doctor - dermatologist

9. At what age did you start using facial creams?

➤ 15 years

➤ 18 years

➤ 20 years

➤ 25+years

10. Does your day cream include sun protection?

Yes No

What month did you start using it?

- March
- April
- May
- June
- Other

11. Why do you use a day cream?

- Moisturizing
- Good skin tone
- Anti – ageing
- Other

12. Does cost matter when buying the best product for your skin?

- A little
- A lot
- Not at all

13. Have you seen improvement in your skin from the use of your cream?

Yes No

BODY CREAMS

1. Do you use a body cream?

Yes

No

2. What kind of body cream do you use?

- Cellulite
- Firming and toning
- Sun protection
- Body lotion
- Other

3. Are you aware of which ingredients can help with slimming?

Yes

No

If yes, which are they?

.....
.....

4. Who recommended the product you use?

- dermatologist
- beautician
- pharmacy
- other

5. Have you had instant results from the use of your body cream?

Yes No

6. What type of after- sun products do you use?

- Moisturizing cream
- Body lotion
- Other

7. Do you prefer:

Anti-cellulite creams during the summer

Anti – cellulite treatment before summer

8. What exactly do you expect from a slimming gel or a firming and toning cream?

.....
.....

Do you believe using only such creams can offer the desired result?

Yes No

9. Body creams come in a variety of scents... almond, vanilla and in your favorite perfume.

Which do you prefer?

Or maybe you prefer unscented ?

10. How do you prefer to obtain a sun tan :

- Sun tan cream
- Solarium
- Naturally

11. Are you satisfied with the products you use?

Yes No

MAKEUP

1. What makeup do you take with you on vacation?

.....
.....

2. Before applying your makeup do you use

- Moisturizing cream
- Suncream
- Other

3. During vacation what products may you buy?

- Waterproof mascara
- Darker tone makeup
- Other

4. Do you change your makeup routine during the summer months?

.....
.....

5. Do you wear makeup at the beach?

Yes

No

If yes, why?

.....
.....

Thank you!!!