

PERCEPÇÃO DE RISCOS E BENEFÍCIOS DO CIGARRO ELETRÔNICO VERSUS O TRADICIONAL

Prof. Esp. Daniel Kusters
Mestrando
FEA - USP

Prof. Me Alexander Homenko Neto
Doutorando Administração
PUC - SP

Prof. Me. Maurício Roberto de Ortiz Camargo
Doutorando Administração
PUC - SP

Prof. Me. Rodolfo Ribeiro
Doutorando Administração
FEA - USP

FATEC Sebrae – Faculdade de Tecnologia Sebrae - CEETEPS – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – São Paulo, Brasil.

Revista FATEC Sebrae em debate
gestão, tecnologias e negócios

Editor Geral
Prof. Dr. Mário Pereira Roque Filho

Organização e Gestão
Prof. Ms. Clayton Pedro Capellari

Correspondência
Alameda Nothmann, nº 598 Campos Elíseos,
CEP 01216-000 São Paulo – SP, Brasil.
+55 (11) 3224.0889 ramal: 218
f272dir@cps.sp.gov.br

Resumo

A característica central deste trabalho será investigar como fumantes e não fumantes estão enxergando o cigarro eletrônico. Enquanto o Governo, junto a OMS (Organização Mundial da Saúde) focam em reduzir o número de fumantes e conseqüentemente reduzir o número de internados nas redes públicas devido problemas oriundos do cigarro, as grandes indústrias de tabaco trabalham em diversas estratégias para que seus lucros continuem aumentando. Uma destas estratégias foi a criação do cigarro eletrônico que é menos prejudicial à saúde. Entretanto apenas 10% das pessoas que experimentaram esta novidade continuam fazendo uso habitual da mesma e ainda não foi esclarecido o motivo deste eletrônico não ter se popularizado. Uma das possíveis explicações está na percepção de riscos e benefícios deste produto. Com o objetivo de verificar empiricamente estas percepções, foi aplicada uma pesquisa entre fumantes e não fumantes para entender as diferentes percepções sobre o produto versus o cigarro tradicional. Como consequência, os resultados deste estudo podem ajudar distintos interessados como a indústria e os próprios órgãos públicos.

Abstract

The central element of this work is to investigate how smokers and non smokers are reacting about the electronic cigarettes. In a first step was studied the conflict of interest about this product. While the Government, together with WHO (World Health Organization) focus on reducing the number of smokers and consequently reduce the number of patients in public networks due to problems stemming from cigarettes, the big tobacco companies work on various strategies to keep their profits increasing. One of these strategies was the creation of the e-cigarettes that are less harmful to health. However only 10% of the people who have tried it, continue making regular use of it. One of the possible explanations is the risk perception and benefits of this product. In order to verify empirically these perceptions, it was applied a survey with smokers and non smokers to understand the different perception between electronic cigarettes and the traditional one. As a consequence, the results of this study can help different stakeholders as the industry and public institutions.

Introdução

Com a busca constante por uma vida mais saudável, a indústria do tabaco vem se renovando para conseguir fidelizar mais clientes e manter os atuais. Para isso uma das alternativas encontradas foi a invenção do cigarro eletrônico que é menos prejudicial e mais prático do que os cigarros convencionais. Neste trabalho abordaremos como está sendo a aceitação deste novo produto pelos fumantes e qual o risco percebido dos fumantes e não fumantes tanto para o cigarro convencional quanto o eletrônico. Para esclarecer esse pontos foi realizada uma pesquisa com aproximadamente 200 pessoas.

Justificativa

Em 2007 a OMS (Organização Mundial de Saúde) fez sua primeira convenção para o controle do Tabaco, com restrições à publicidade, definição de lugares liberados para fumo e criação de advertências sobre o mal que o cigarro pode gerar. Nessa data mais de 170 países assinaram o tratado, porém poucos países respeitaram e implementaram à risca as orientações.

Mesmo com essas iniciativas o número de fumantes ao redor do mundo ainda cresce, a OMS estima que até 2025, caso as medidas de controle de tabaco não sejam adotadas de forma correta, o número de fumantes no mundo vai saltar de 1,3 bilhões de pessoas para 1,5 bilhões. Em contrapartida, a indústria do tabaco ainda tem novos mercados e metas a serem atingidas, e o principal foco agora é o mercado asiático onde ainda há muito terreno a ser explorado.

Isso significa que o futuro dos cigarros continua garantido por algumas décadas. Na China, por exemplo, este mercado cresce em um ritmo muito agressivo. O cigarro é bem visto na china por causa de um velho hábito de presentear pessoas importantes com um maço de cigarro, e recusá-lo é considerado uma desfeita, o que faz com que as pessoas aceitem o presente.

De 1980 até 2009 estima-se que a produção de cigarros dobrou. Neste país está consolidada uma empresa de tabaco conhecida por “China National Tobacco Corporation” que é a maior empresa estatal do mundo neste ramo. A retomada de fumo entre pessoas do sexo feminino e o aumento da média salarial do país tem ajudado a aumentar cada vez mais o número de cigarros vendidos, que hoje é estimado em 2 trilhões de unidades por ano.

Outros países do sudeste asiático também são mercados significativos para os principais players do mercado. Entre os 10 maiores mercados do setor estão: Indonésia, Filipinas e Vietnã.

Em 2005, na Indonésia, a Philip Morris, maior empresa privada do ramo, adquiriu a Sampoerna, a maior da Indonésia, e 4 anos depois a British American Tobacco (no Brasil conhecida como Souza Cruz) adquiriu a Bentoel (segunda maior da Indonésia).

Tanto a Philip Morris quanto a British American Tobacco continuam sendo empresas bem lucrativas e que atraem muitos investidores. Analisando os resultados de balanço retirado do próprio site da empresa, ao longo dos últimos 5 anos a Philip

Morris cresceu seu lucro líquido em mais de 35% saltando de 6,5 bilhões de dólares para mais de 8,8 bilhões de dólares em 2013.

Já a British American, demonstrou para os seus investidores e futuros investidores o aumento de 15% entre 2011 e 2012 nos lucros antes das taxas, também em balanços retirados do site da companhia.

Todos esses dados nos mostram que contraditoriamente às medidas da OMS a indústria do Tabaco ainda está em constante crescimento.

Mas as grandes empresas do setor sabem que em algum momento deixarão de progredir devido a busca constante da sociedade por uma vida mais saudável. Um outro ponto é que essas empresas estão cientes que o seu produto diminui a expectativa de vida de boa parte dos seus consumidores à longo prazo, o que pode afetar diretamente na queda das vendas se não conseguirem captar e conquistar novos clientes, além de inovar seu principal produto.

Uma das medidas para atenuar esta queda é atrair jovens para o consumo do cigarro através de essências que tornam os cigarros mais saborosos e gradativamente faz com que estes jovens tornem-se viciados em nicotina. Alguns exemplos são os cigarros mentolados, cigarros de cravo e cigarros sabor canela.

Tratando-se do Brasil temos um cenário de referência na política antitabagismo, pois em março de 2012 um decreto da Agência Nacional de Vigilância Sanitária banuiu diversas essências dificultando assim a aderência de jovens ao hábito de fumar. Essa medida foi eficiente pois dados do INCA (Instituto Nacional do Câncer) revelavam na época que 45% dos fumantes de 13 à 15 anos consumiam cigarros com sabor.

O país aderiu boa parte das regras propostas pela OMS e desta forma obteve uma queda progressiva de fumantes desde o começo dos anos 90. Acredita-se então que o hábito de fumar não perdurará por muito tempo nesta região.

Atenta à esses fatos do mercado, a Philip Morris, segundo um artigo da revista eletrônica da Forbes, investiu mais de U\$650 milhões em pesquisa e desenvolvimento nos últimos 3 anos com estratégias que mantenham os fumantes vivos, saudáveis e viciados.

Uma solução encontrada pela Philip Morris foi a criação dos E-Cigarettes, ou cigarros eletrônicos como é conhecido no Brasil. Sua parceira neste projeto foi a Altria, uma empresa norte-americana.

Os E-Cigarettes são dispositivos eletrônicos criados para reproduzir o cigarro tradicional. Eles possuem um fluido a base de nicotina que pode ser repostado, e conta

com uma bateria recarregável. Possui o gosto do cigarro convencional, porém com a vantagem de não ter todos os aditivos químicos presente na queima do cigarro, dos quais são responsáveis pelos maiores problemas de saúde envolvendo o tabaco, como o benzeno e o alcatrão, esse último composto por várias substâncias cancerígenas.

Estudos mostram que outras empresas estão investindo nos e-cigarettes, algumas empresas são citadas no Site tobaccotactics.org, um site especializado em estatísticas desse setor (2015). A segunda maior empresa privada no setor, ficando só atrás da Philip Morris, é a famosa British American Tobacco que comprou uma start-up britânica chamada CN Creative no final de 2012. A Lorillard, terceira maior empresa produtora de cigarros dos Estados Unidos, comprou a Start-up BluCigs por U\$135 milhões e entrou no mercado britânico assumindo a empresa Skycig, a líder em cigarros eletrônicos na Grã-Bretanha pelo equivalente a U\$48,5 milhões.

A Phillip Morris realizou a primeira pesquisa deste novo produto em vários países e Fisher (2014) publicou através da Forbes a constatação de que entre 20% a 50% dos fumantes já tinham experimentado e-cigarettes, entretanto apenas 10% deles faziam o uso habitual do mesmo.

Desde então não ficou claro porquê um produto que traz tantos benefícios se comparado com o seu antecessor, está atingindo tão pouco o seu público alvo. Será que o mesmo atende as necessidades psicológicas, sociais e físicas dos fumantes?

Partindo deste questionamento, este trabalho se propõe a investigar quais as percepções de riscos de cigarro eletrônico no Brasil, mais especificamente a comparação entre fumantes e não fumantes.

Para atingir este objetivo é essencial compreender a definição dos cigarros, riscos e benefícios percebidos.

Cigarro tradicional

A definição de cigarro segundo o dicionário Léxico é: 1. Bocado ou pedaço de tabaco enrolado em papel, normalmente em mortaldas, pronto para ser fumado; 2. Aquilo que possui o formato do rolo de tabaco referido (Etm. do castelhano: cigarro). Ou seja, o cigarro tradicional trata-se de uma pequena porção de tabaco seco, enrolado em papel. Alguns possuem um sistema de filtração.

O cigarro é uma droga lícita no Brasil apesar de haverem diversas substâncias nocivas em sua composição, entre elas estão pesticidas, mais de quarenta substâncias cancerígenas, inseticidas e gases tóxicos. Seu princípio ativo é a nicotina, e essa causa vício aos usuários.

Os autores Galeano, Lopes e Acevedo (2012) realizaram pesquisas para entender a relação entre os 5 tópicos mencionados com a comportamento do jovem universitário com o tabaco. Nessa pesquisa foram entrevistados 450 jovens de São Paulo-SP e Apucarana-PR, entre eles foram entrevistados fumantes, não fumantes e ex-fumantes.

Questionados sobre a primeira hipótese, a qual relacionava o risco do cigarro com a saúde, com o tempo (perdido ao fumar) e com a questão social (fumar prejudica os outros indivíduos. As pessoas ao redor não avaliam bem os fumantes, por exemplo), a percepção dos fumantes, para os 3 quesitos avaliados de 0 a 10 (onde 0 é discordo totalmente e 10 é concordo totalmente), foi em média menor do que a dos outros dois grupos pesquisados.

Outra hipótese testada, foi a relação do benefício percebido e o comportamento, onde a média dos fumantes foi maior do que a dos outros grupos novamente, destacando para o de não fumantes em que a média ficava em torno de 2,60 pontos.

Analisando a Autoimagem dos três grupos como um conjunto separados agora em apenas duas partes, o grupo de autoimagem independente (esse que não depende dos outros ou não muda o seu comportamento quando está em meio a outras pessoas) e o grupo de autoimagem interdependente (esse por sua vez se importa com os indivíduos ao redor e seu comportamento é modificado dependendo do ambiente e do contexto). Nessa análise viu-se que o grupo de autoimagem independente teve média menor em relação ao risco percebido, e o preço e a média maior no quesito benefício percebido pela atitude tabagista.

Ou seja, nesse estudo conseguimos verificar que os fumantes tem uma percepção de risco, benefício e preço do cigarro diferentes dos outros dois grupos de ex-fumantes e de não fumantes, o que justifica o comportamento do ato tabagista consumido.

Porém é necessário destacar que mesmo com a média mais baixa dos três grupos os fumantes ainda enxergam que o tabaco é prejudicial à saúde (média 8,71 de 10) e prejudicial à sua posição social (média 8,78 de 10).

Cigarro eletrônico

O cigarro eletrônico é um dispositivo feito de componentes mecânicos e eletrônicos que tem sua principal função, levar a nicotina para o organismo em forma de vapor.



Imagem adaptada de ecigology.com/electronic-cigarettes-a-beginners-guide/

Essa nicotina está presente através de um líquido muitas vezes com essências de sabor, o líquido é transformado em vapor através de uma resistência e esse vapor transporta a nicotina para o corpo e também gera uma “fumaça” semelhante a queima do tabaco.

O funcionamento do cigarro eletrônico, também conhecido por e-cigarette, ou e-cig, se dá através de alguns elementos:

Bateria – É o componente que fornece energia para o cigarro eletrônico funcionar, tanto para alimentar o atomizador quanto para acender a luz de indicação. Normalmente ela pode ser recarregada de duas maneiras, com carregador de parede ou através de uma porta USB.

Luz de Indicação – Normalmente de LED, indica que o e-cigarette está em operação.

Atomizador – É o principal elemento do cigarro eletrônico, é o que faz com que o líquido se transforme em vapor quando acionado. Seu acionamento deve-se por meio de sucção, ou seja, quando o usuário puxa o ar usando o e-cig.

Há também a versão manual, onde o atomizador é ativado através de um botão.

Porta Líquido ou Cartucho – É o componente onde encontra-se o líquido que será vaporizado, pode ser descartável ou com refil.

Inalador – Esse elemento é unido com o porta líquido, e é através dele que o usuário consegue sugar o vapor, também descartável ou com refil.

A junção de todos esses componentes formam o e-cigarette.

O cigarro eletrônico, normalmente é parecido com os cigarros comuns, porém por serem eletrônicos são como celulares, podendo então ter vários modelos, cores, formatos e tamanhos diferentes.

Além disso os e-cigarettes podem ter muitos sabores diferentes. Em sites de fabricantes é possível encontrar tanto os cartuchos quanto o refil de diferentes essências. A empresa King Flavor, uma distribuidora brasileira de E-cig e seus derivados, oferece via internet sabores como anis, amarula, baunilha, café, cravo, canela e muitos outros. Eles também comercializam os chamados e-liquid com os sabores dos atuais fabricantes de cigarro, ou seja, oferecem os sabores das famosas marcas, Marlboro, Camel e Dunhill, por exemplo.

Dependendo do fabricante, com apenas um cartucho é possível vaporizar (termo semelhante a tragar, porém usado para cigarros eletrônicos) mais de 300 vezes.

Uma pesquisa realizada por Wadley e Bronson (2014) da Universidade de Michigan revelou que Cigarros Eletrônicos superaram os tradicionais cigarros de tabaco entre os adolescentes norte-americanos. Este foi o 40º ano que é analisado as tendências do uso destas substâncias entre alunos das séries 8º, 10º e 12º em cerca de 400 escolas dos EUA.

Mais de 40.000 alunos responderam se eles fumaram cigarro de tabaco ou eletrônico nos últimos 30 dias. Especificamente, 9 % da 8º série relataram o uso de um cigarro eletrônico nos últimos 30 dias, enquanto apenas 4 % relataram o uso de um cigarro de tabaco. Já para os alunos do 10º ano o relato foi de 16 % de uso dos cigarros eletrônicos e 7 % do cigarro de tabaco. Para os estudantes do 12º ano o resultado foi de 17% em uso do cigarro eletrônico e 14% relataram uso de um cigarro de tabaco.

Os adolescentes mais velhos relatam menos diferença no uso de cigarros eletrônicos contra os cigarros de tabaco.

Em 2014, apenas 23% dos estudantes já tinham fumado os cigarros de tabaco, enquanto esse percentual foi de 56% em 1998. Particularmente preocupante é a possibilidade de que cigarros eletrônicos podem levar a fumar cigarro de tabaco, e que com isso volte a crescer o número de viciados que até então estava decaindo. Para se atingir esse declínio foram necessários muitos anos de trabalho duro e agora a preocupação é que o cigarro eletrônico induza as novas gerações a fumar o cigarro tradicional e o número de viciados volte a crescer.

"Parte da razão para a popularidade dos cigarros eletrônicos é a percepção entre os adolescentes que eles não prejudicam a saúde ", disse Miech.

Apenas 15% dos alunos da 8ª série acreditam que há um grande risco de as pessoas se prejudicarem com o uso regular destes cigarros eletrônicos, comparado a 62 % quando se faz a mesma pergunta relacionada ao cigarro de tabaco.

Pelo fato dos cigarros eletrônicos serem relativamente novos, ainda não foi desenvolvido uma avaliação abrangente dos seus impactos e especialmente de suas consequências a longo prazo.

Risco percebido

A literatura sobre risco percebido foi introduzida por Raymond Bauer e seus associados da Universidade de Harvard em 1960. Bauer define risco percebido como uma construção bi-dimensional. E complementa dizendo que o comportamento do consumidor envolve risco no sentido de que qualquer ação do consumidor irá produzir consequências das quais não é possível se antecipar, e pelo menos algumas delas serão susceptíveis ao desprazer.

Existem dois tipos de riscos, o risco objetivo e o risco subjetivo(RINDFLEISCH; CROCKETT, 1999). O primeiro tem um foco no risco real, aquele que é eminente, pode não ser claro, mas existe verdadeiramente. Já o risco subjetivo é o risco percebido pelo tomador da decisão, ele pode nem existir ou ter até mesmo ser subestimado ou superestimado e pode variar de pessoa pra pessoa, pois o que pode ser de alto risco na percepção de uns, pode ser de baixo risco na percepção de outros.

Abaixo estão as dimensões dos riscos percebidos que iremos utilizar no decorrer do trabalho:

Risco ao vício

O risco ao vício se refere ao vício de fumar. Como exemplo podemos citar uma pessoa fumante que tenta interromper o fumo mas teme que seja incapaz e do hábito de uma longa vida fumando.

Conforme citado, após estudos de Rindfleisch e Crockett(1999) sobre o risco percebido em fumar, o Risco de Vício virou um componente a mais para se estudar risco percebido.

Risco financeiro

Risco Financeiro é a percepção que o fumante terá de seu bem-estar financeiro. O risco financeiro mais evidente é o custo de oportunidade na compra dos cigarros. Outro tipo de risco, agora menos óbvio, seria a causa de um acidente através do fogo do cigarro.

Segundo Solomon (1998) esse risco se relaciona com a perda de bens e/ou dinheiro. No estudo de Rindfleisch e Crockett(1999) o risco financeiro foi apontado com um dos componentes com maior relevância pelos fumantes.

Risco de saúde

De acordo com Solomon (1998) o risco da saúde está associado à falta de saúde e ajuda a entender quais produtos são entendidos pelos consumidores como perigosos.

Nesse contexto é o risco percebido da saúde fisiológica do fumante. Isso inclui várias doenças relacionadas ao cigarro como câncer de pulmão, enfisema e ataques cardíacos.

Risco Social

Este risco percebido afeta as interações interpessoais ou como a pessoa enxerga os outros. Exemplo de um risco interpessoal social seria irritar membros da família que não fumam e causar constrangimento em um encontro.

Conforme Solomon (1998) esse risco ocorre quando tem a possibilidade de existir o julgamento desfavorável por estar ou não consumindo um serviço ou produto adquirido.

Benefícios percebidos

Já os “benefícios percebidos” seriam crenças positivas que as pessoas relacionam ao fumo.

Método

Para este estudo descritivo será utilizado o método de coleta por meio de questionários. A pesquisa descritiva tem o propósito de descrever características de objetos, pessoas, grupos, organizações e ambientes. Em outras palavras, ela cria uma “fotografia” de uma determinada situação das quais as variáveis que serão estudadas foram anteriormente bem definidas (MALHOTRA, 2006). O uso de questionários é recomendado em estudos desta natureza (GIL, 1999). Para avaliar a percepção de riscos em suas dimensões por meio deste instrumento, foram utilizadas as questões adaptadas e validadas sobre risco percebido de vício, tempo, doença e social desenvolvida pelo trabalho de Kovacs, Alencar de Faria, Ramos de Oliveira (2005) e do benefício do cigarro, avaliadas em uma escala de sete pontos variando de “0” para “discordo plenamente” e “7” para concordo plenamente. A adaptação foi necessária para que os participantes avaliassem os dois tipos de produtos (cigarro tradicional e eletrônico) para posterior comparação. Por exemplo, a questão: “acredito que o cigarro leve a outros comportamentos de vício, como alcoolismo e drogas” foi adaptada para “acredito que o cigarro tradicional...” e, posteriormente, “acredito que o cigarro eletrônico...”. Adicionalmente a estas dimensões, foram obtidas respostas sobre questões relacionadas ao conhecimento sobre os produtos, demográficas e sócio comportamentais referentes ao hábito de fumar. Os participantes deste estudo foram convidados a responder o questionário por meio eletrônico, entre os meses de março e maio, com o incentivo de sorteio a um vale-compras de R\$100,00.

Análise

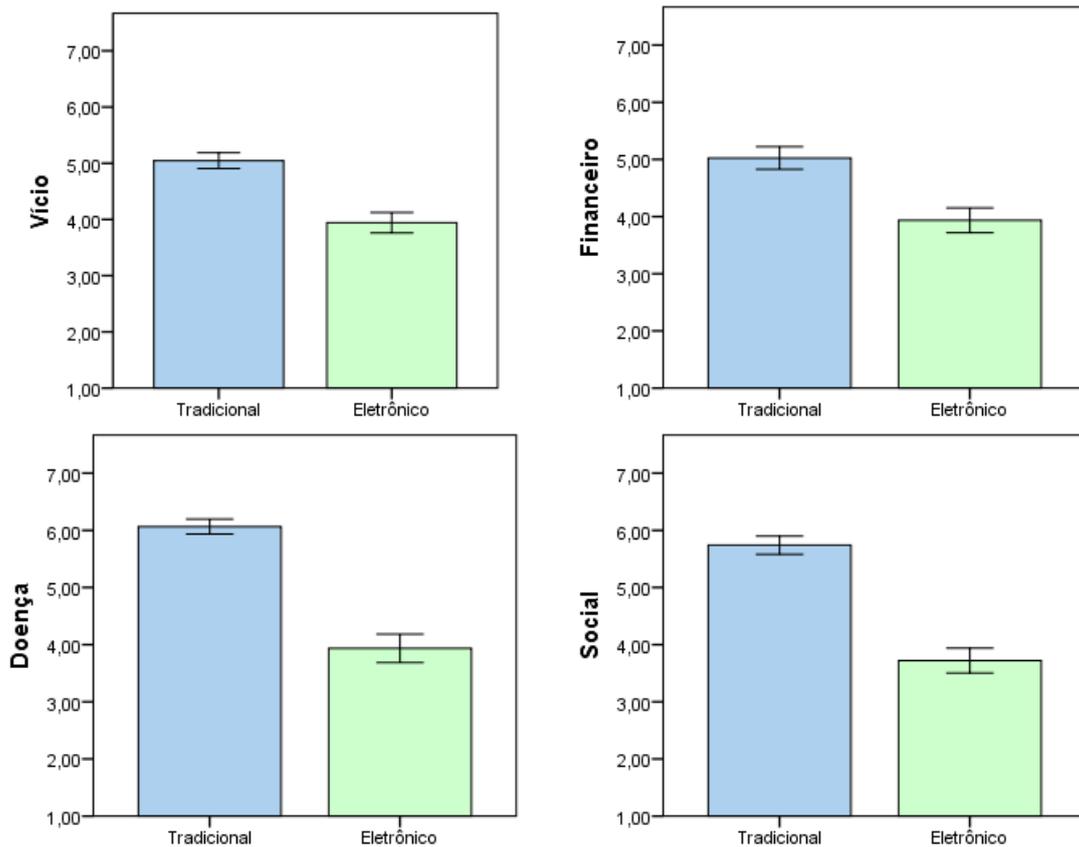
Inicialmente, do total de respostas (N=272), foram eliminadas 27% das respostas com questões incompletas ou que responderam nunca ter ouvido falar em cigarros eletrônicos. Sendo assim, a amostra válida (N=199) contou com 45% respondentes do sexo masculino, idade média de 24 anos (SD = 6,7 anos), 50% com renda entre R\$ 1450 e R\$ 8670,26% com superior completo ou acima, 26% fumantes (n=52), dos quais aproximadamente 50% consomem de 1 a 5 cigarros por dia e 50% acima de 6 anos. Em uma escala de 1 a 7, sendo “1” para “não sei nada sobre o produto” e “7” para “sei tudo sobre este produto”, a avaliação dos respondentes sobre seu conhecimento sobre o produto ficou entre 6,3 entre os fumantes e 5,3 entre os não-fumantes para cigarros tradicionais. Já para os cigarros eletrônicos, esta mesma média respectivamente ficou entre 3,7 e 3,2.

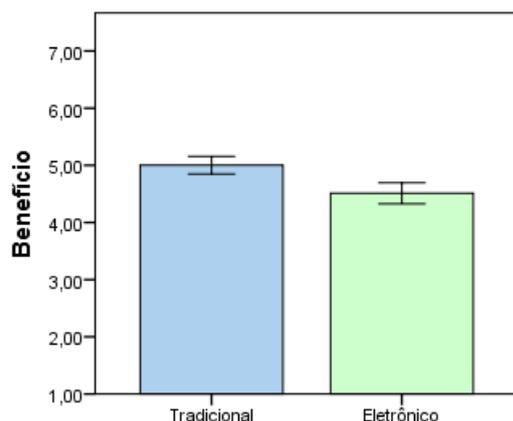
Para a análise de validade interna (alpha de Cronbach), a dimensão de risco percebido de vício, composta de cinco itens mostrou $\alpha=.70$ para cigarros tradicionais e $\alpha=.81$. Na segunda dimensão, financeira, com quatro itens, o resultado para os cigarros tradicionais ficou em $\alpha=.84$ e, para eletrônicos, $\alpha=.89$. Na terceira dimensão, doença, de sete itens, os cigarros tradicionais e eletrônicos ficaram, respectivamente, com $\alpha=.83$ e $\alpha=.96$. Na dimensão social, com cinco itens, obtivemos $\alpha=.84$ e $\alpha=.92$ para tradicionais e eletrônicos. A última análise de validade, para benefícios dos cigarros, com seis itens, o resultado apresentou $\alpha=.76$ e $\alpha=.87$. Com isso, todas as dimensões foram computadas pelas suas respectivas médias para análise comparativa.

A primeira etapa analisou a diferença entre as percepções riscos gerais entre as categorias de produto, independente do perfil do respondente (fumante ou não fumante). Para isso, os dados foram submetidos a um teste-t de amostras pareadas para comparação. Todas as dimensões apresentaram diferença de médias significativas ($p<.05$). A tabela e os gráficos a seguir demonstram os resultados para as dimensões e seus resultados.

Tabela 1. Teste t de amostras pareadas para as dimensões. Cigarros tradicionais x eletrônicos.

<i>Dimensão</i>	<i>Tradicional</i>		<i>Eletrônico</i>		<i>Teste-t</i>		
	(M) média	SD (desvio-padrão)	(M) média	SD (desvio-padrão)	(graus de liberdade)	t	p. value
<i>Vício</i>	5,04	1,00	3,94	1,29	198	11,724	.000
<i>Financeiro</i>	5,02	1,42	3,93	1,55	198	10,618	.000
<i>Doença</i>	6,06	,93	3,93	1,77	198	15,948	.000
<i>Social</i>	5,74	1,14	3,72	1,55	198	17,383	.000
<i>Benefícios</i>	5,00	1,10	4,51	1,31	198	5,198	.000





A segunda etapa da análise procurou identificar, por meio de ANOVA (Análise de Variância) diferenças de percepções entre os participantes declarados fumantes (n=52) e não fumantes (n=147). Desta forma, podemos identificar de forma análoga as diferentes percepções de risco e benefícios entre “consumidores” e “não consumidores”. Os resultados mostram diferenças significativas na maioria das percepções de risco para os cigarros tradicionais, entretanto, com poucas diferenças para o cigarro eletrônico. As tabelas 2 e 3 e os gráficos mostram as diferenças encontradas e suas significâncias. Outras características como conhecimento do produto, ou mesmas demográficas, como sexo, faixa de renda e nível educacional não obtiveram diferenças significativas entre as variáveis analisadas de percepção de risco.

Tabela 2. ANOVA comparando fumantes e não fumantes para cigarros tradicionais.

<i>Dimensão</i>	<i>Fumante</i>		<i>Não Fumante</i>		<i>ANOVA</i>		
	(M) média	SD (desvio-padrão)	(M) média	SD (desvio-padrão)	(graus de liberdade)	F	p. value
<i>Vício**</i>	4,62	1,05	5,19	,95	197	12,98 5	.000
<i>Financeiro*</i> *	4,42	1,34	5,23	1,39	197	13,38 2	.000
<i>Doença*</i>	5,75	1,11	6,17	,83	197	8,002	.005
<i>Social**</i>	5,06	1,15	5,97	1,03	197	28,04 9	.000

<i>Benefícios</i>	5,03	,93	4,99	1,16	197	,810	.810
-------------------	------	-----	------	------	-----	------	------

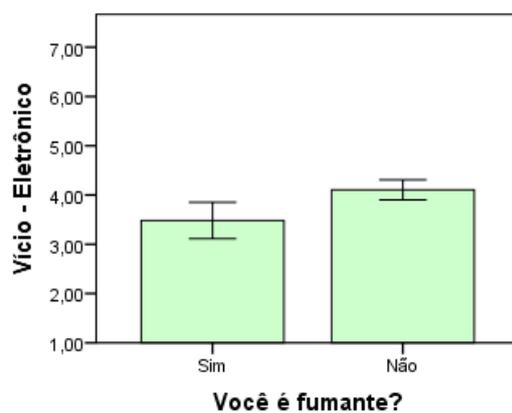
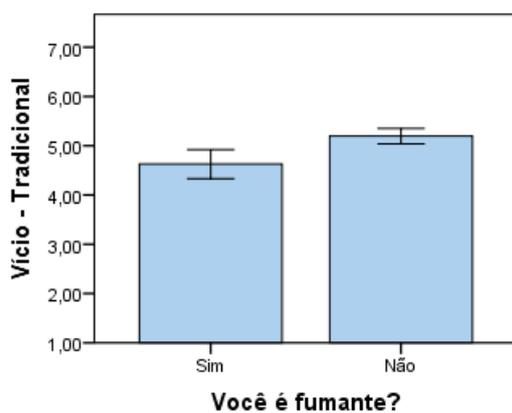
* valores significativos a $p < .05$

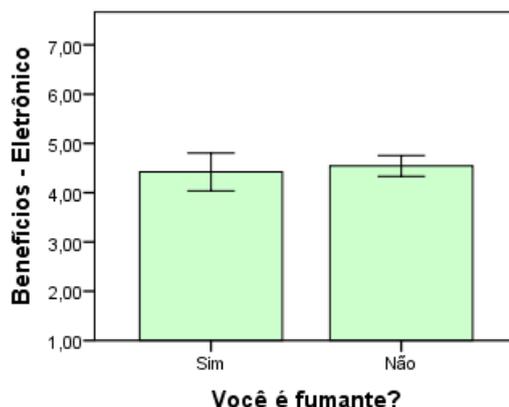
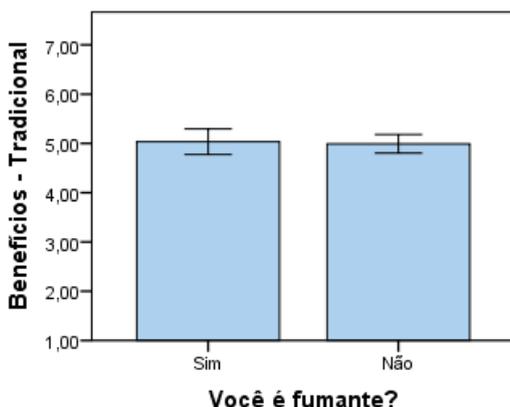
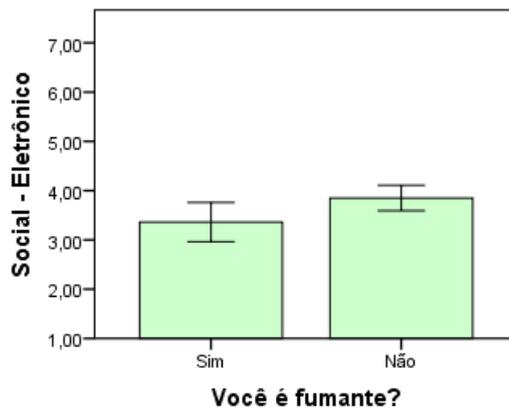
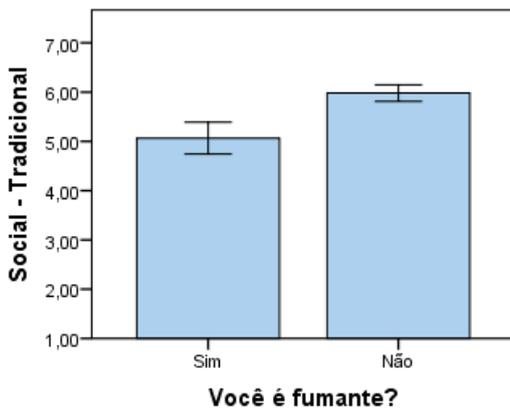
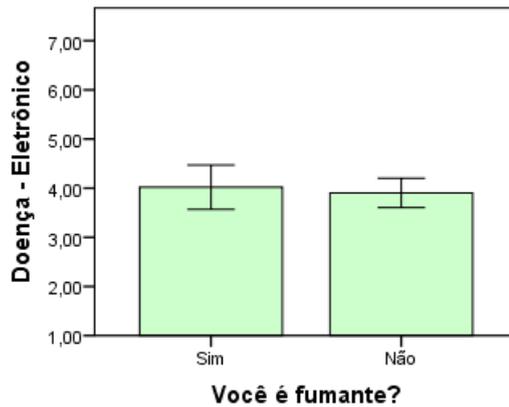
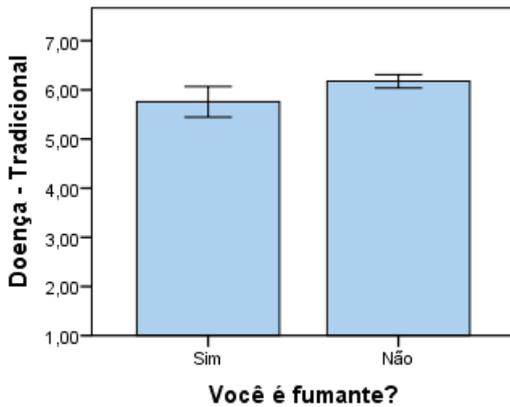
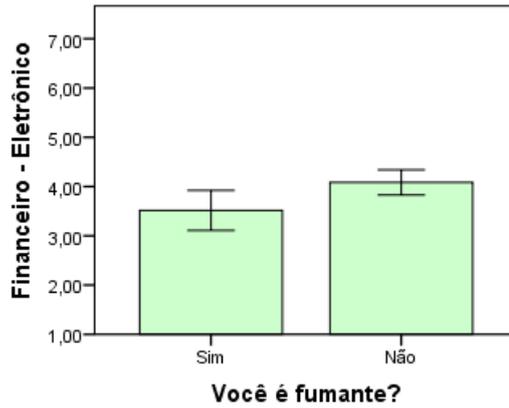
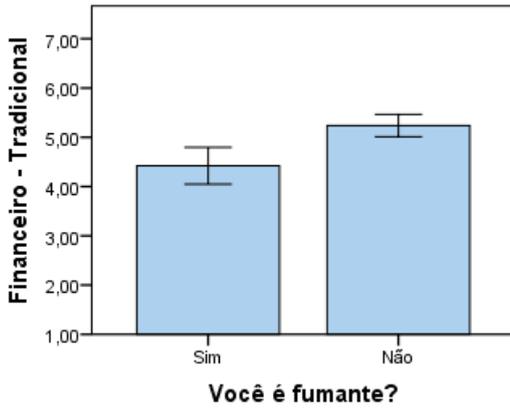
** valores significativos a $p < .000$

Tabela 3. ANOVA comparando fumantes e não fumantes para cigarros eletrônicos.

<i>Dimensão</i>	<i>Fumante</i>		<i>Não Fumante</i>		<i>ANOVA</i>		
	(M) média	SD (desvio-padrão)	(M) média	SD (desvio-padrão)	(graus de liberdade)	F	p. value
<i>Vício*</i>	3,48	1,32	4,10	1,25	197	9,143	.003
<i>Financeiro*</i>	3,51	1,45	4,08	1,56	197	12,507	.023
<i>Doença</i>	4,01	1,62	3,90	1,83	197	0,162	.688
<i>Social*</i>	3,36	1,43	3,85	1,57	197	3,872	.050
<i>Benefícios</i>	4,41	1,37	4,54	1,29	197	,343	.559

* valores significativos a $p < .05$





Estas duas análises demonstram que há diferença nas percepções de risco entre os tipos de produtos na maioria das dimensões. Nota-se que os cigarros

eletrônicos, neste estudo, são percebidos de forma menos “agressiva” na maioria das dimensões, com notas próximas a 4 pontos, que sugere uma neutralidade ou falta de conhecimento das características deste produto. Entretanto, nos benefícios, é possível identificar uma similaridade das comparações com o cigarro tradicional, com médias acima de 4, o que representa aspectos positivos nesta avaliação. O que levaria a esta percepção? Uma das possíveis razões, que merece investigação futura, está na introdução do produto no mercado, lançado como uma alternativa para quem deseja reduzir o hábito de consumo de cigarros tradicionais sem perder o prazer associado. Na comparação entre fumantes e não fumantes, podemos perceber diferenças entre as dimensões de vício, saúde e financeira, porém com pouca significância.

Conclusão, limitações e futuras pesquisas

Este estudo indica que existem diferenças entre as percepções dos riscos gerais quando comparado os cigarros tradicionais e eletrônicos. As duas análises indicaram que o cigarro eletrônico é visto pelos respondentes como menos agressivo. Esse resultado pode ajudar a entender as percepções de um produto de relevante importância para empresas e o Governo, ajudando assim os gestores públicos e privados a entender o comportamento dos consumidores e não consumidores e consequentemente ajudá-los na tomada de decisão.

Uma das limitações encontradas nesta pesquisa foi a concentração dos respondentes em uma mesma faixa etária (jovem adulto). Outra deficiência seria a ausência de uma medição das probabilidades de ocorrência destes riscos.

Sugere-se para futuras pesquisas uma análise para compreender se o motivo desta percepção encontrada se relaciona com o modo em que esse produto foi lançado no mercado.

Outro estudo pouco explorado é o esclarecimento se o cigarro eletrônico reduz o hábito de fumar e se de fato é menos maléfico para a saúde dos usuários.

Referências

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. [s.l: s.n.]. v. 264

KOVACS, M. H.; ALENCAR DE FARIA, S.; RAMOS DE OLIVEIRA, C. Percepções de Risco no Prazer de Fumar: Uma Investigação sob a Ótica do Comportamento do Consumidor. **Revista de Administração Mackenzie**, p. 147–171, 2005.

Fisher, D. Philip Morris International Bets Big On **The Future Of Smoking**. Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/danielfisher/2014/05/28/philip-morris-international-bets-big-on-the-future-of-smoking/>>. Acesso em: 17 out. 2014.

King Flavor Cigarros Eletronicos,. KF - **King Flavor Cigarros Eletronicos**. Disponível em: <<http://www.kfcigarroeletronico.com.br>>. Acesso em: 14 jul. 2014.

Lopes, E.; Acevedo, C.; Galeano, R. **Risco, benefício, preço, crença e autoimagem: uma abordagem multidimensional do comportamento tabagista dos jovens universitários**. Disponível em: <<http://siaiweb06.univali.br/seer/index.php/ra/article/download/3432/2603>>. Acesso em: 7 jun. 2014.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: Uma Orientação**. [s.l.] BOOKMAN COMPANHIA ED, 2006.

RINDFLEISCH, A.; CROCKETT, D. X. Cigarette Smoking and Perceived Risk: A Multidimensional Investigation. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 18, n. 2, p. 159–171, 1999.

STATUS ATUAL DA CQCT; **CONVENÇÃO-QUADRO PARA O CONTROLE DO TABACO** Disponível em: <<http://actbr.org.br/tabagismo/convencao-quadro.asp>>. Acesso em 14 jun. 2014

WADLEY, J.; BRONSON, A. **E-cigarettes surpass tobacco cigarettes among teens**, v.40, p.1-2,2014