
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA – Ministro Ralph Biasi
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Lucas Cauê Venezian

**OS IMPACTOS DA CRISE ECONÔMICA DE 2015 NO BRASIL SOBRE
O MERCADO ESTÉTICO**

Americana, SP

2019

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA – Ministro Ralph Biasi
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Lucas Cauê Venezian

**OS IMPACTOS DA CRISE ECONÔMICA DE 2015 NO BRASIL SOBRE
O MERCADO ESTÉTICO**

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial, sob a orientação do Prof. Dr. Marcos de Carvalho Dias

Área de concentração: Economia e Comércio exterior

Americana, SP

2019

**FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec Americana - CEETEPS
Dados Internacionais de Catalogação-na-fonte**

V569i VENEZIAN, Lucas Cauê

Os impactos da crise econômica de 2015 no Brasil sobre o mercado estético. / Lucas Cauê Venezian. – Americana, 2019.

38f.

Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial)
- - Faculdade de Tecnologia de Americana – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Orientador: Prof. Dr. Marcos de Carvalho Dias

1 Economia - Brasil I. DIAS, Marcos de Carvalho II. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de Americana

CDU 330=81

Faculdade de Tecnologia de Americana

Lucas Cauê Venezian

**OS IMPACTOS DA CRISE ECONÔMICA DE 2015 NO BRASIL
SOBRE O MERCADO ESTÉTICO**

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial pelo Centro Paula Souza – FATEC Faculdade de Tecnologia de Americana.
Área de concentração: Economia

Americana, 14 de junho de 2019.


Banca Examinadora:



Marcos de Carvalho Dias
Doutor
Fatec Americana



Armando Volcano Junior
Especialista
Fatec Americana



Daniela Dal Fabbro Amorim
Mestre
Fatec Americana

RESUMO

A “Crise” é um termo utilizado para rotular situações que, de forma abrupta, exigem que suas rotinas e definições sejam alteradas. Neste trabalho, o termo é usado pensando no ambiente macroeconômico nacional, sendo assim é um estado ao qual todos os países regidos pelo capitalismo estão sujeitos a enfrentar, e esta provém de diferentes fatores, sendo estes, econômico, político, financeiro, entre outros. Desta forma, para a elaboração deste trabalho, foi escolhido a crise de 2015 como objeto de estudo. O objetivo é o de analisar os impactos da crise em uma empresa de pequeno porte, mais precisamente, uma clínica estética. Para alcançar esse objetivo, foi analisado os impactos da crise no mercado estético no âmbito nacional. Em seguida, houve a coleta dos dados necessários da empresa, para que assim, fosse possível compará-los com o mercado estético. Após isso, foi possível observar que a empresa apresentou um comportamento, inicialmente, um pouco mais otimista em relação ao mercado em que está inserida, e que após o primeiro ano esta foi afetada pela crise. Sendo assim, pode-se entender que a empresa soube encarar o momento desfavorável da economia, contudo, esta deve estar sempre atenta ao mercado a qual está inserida e se preparar para outros possíveis momentos de crise na economia brasileira.

Palavras-chave: Crise. Estudo de Caso. Economia. Mercado Estético.

ABSTRACT

The word “Crisis” it’s used to define situations that, abruptly, make changes in your routine and definitions. In this paper, “crisis” is a term referring to the national macroeconomic scenario, thus it is a condition that all countries ruled by the capitalism are subject to, and this condition comes through different aspects, being them economic, political, financial, and others. For this study, it was chosen the 2015 crisis as it main theme. This work addresses a small size company in aesthetic field. To reach this goal, the results of global crisis are analyzed in the nacional market of aesthetics. After that, there was a data collection from a company, performing a comparative study with the aesthetical market. It was possible to conclude about how the company was going besides the crisis and why the company was in an optimistic scenario, after a year from the crisis. Thus, the company could face the crises besides the problems around the country, however, it needs to be always prepared for possibles changes in the way the brazilian economy is going.

Palavras-chave: Crisis. Case Study. Economy. Aesthetics Market.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Variação do PIB desde 2001 em %	11
Figura 2 - Variação do PIB em % (2000 - 2015)	12
Figura 3 - Taxas de crescimento do consumo privado	14
Figura 4 - Taxa de crescimento do Brasil - PIB	15
Figura 5 - Taxas médias de crescimento do PIB em %	16
Figura 6 - Taxa de desemprego	17
Figura 7 - Crescimento econômico 2007-2017	20
Figura 8 – Oportunidades de Emprego no Setor da Beleza	24
Figura 9 – Empresas regulamentadas pela Anvisa	25
Figura 10 - Evolução do Mercado Consumidor Brasileiro	26
Figura 11 - Contribuição do setor para a movimentação da Economia	28
Figura 12 - Representatividade do Brasil na América Latina	29
Figura 13 – Top 10 Consumidores Mundiais	30
Figura 14 - Gráfico de faturamento 2013- 2016	33

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Faturamento mensal do período 2013-2016	32
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PIB: Produto Interno Bruto.

ABIHPEC: Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
1 A CRISE ECONÔMICA	8
1.1 Conceito de Economia e Crise Econômica.....	8
1.1.1 Crise econômica.....	8
1.1.2 Crise financeira.....	9
1.1.3 Crise política.....	10
1.2 Histórico Econômico	10
1.2.1 Crise na bolha imobiliária norte-americana de 2007 e 2008	10
1.3 Situação Econômica do Brasil	10
1.4 Origens da Crise.....	12
1.4.1 Consequências.....	16
2 MERCADO ESTÉTICO NO BRASIL	19
3 ESTUDO DE CASO	31
3.1 Características da empresa.....	31
3.2 Evolução do Faturamento Geral.....	32
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	35
REFERÊNCIAS.....	37

INTRODUÇÃO

Com a desaceleração do crescimento econômico em vários setores no Brasil verificado a partir de 2015 e o início do decréscimo de alguns mercados, dentre eles o estético, as empresas começaram, então, sentir os impactos causados pela crise. Como consequência o marketing e o posicionamento estratégico têm papel substancial para as organizações se manterem no mercado.

Visto que o país ainda sofre com os efeitos da crise atualmente, diversos mercados sentem os impactos, e não apenas o mercado estético. Uma vez que o desequilíbrio de um setor pode afetar a economia de maneira total.

O presente trabalho tem como objetivo demonstrar através de um estudo de caso a importância da análise de mercado na tomada de decisão das organizações, de modo que estas estejam sempre prontas para novos desafios. Aprimorando sua qualidade e dando atenção às necessidades de seus clientes.

Tendo uma crise econômica no cenário macro ambiental do país, as organizações devem estar aptas a sobressair das dificuldades que lhes serão apresentadas.

Deve-se observar também que com base nos diferentes mercados, as estratégias definidas podem ser diferentes, uma vez que cabe a cada mercado, analisar e explorar suas próprias estratégias.

O tema abordado é relevante para a empresa em questão, por influenciar as estratégias comerciais adotadas, a fim de demonstrar o sucesso ou insucesso da mesma para a comunidade como um todo. Tratando-se de um tema atual e de grande relevância.

A análise do macro ambiente econômico é uma ferramenta eficaz na análise do cenário em que as empresas se encontram. De modo que as empresas possam saber como agir em momentos de crise, nos quais as empresas necessitem de adaptação dentro do mercado.

A escolha do tema se deu pelo interesse do pesquisador nos impactos gerados por situações de crise no mercado estético. O principal motivo da pesquisa se deu pela proximidade do pesquisador com a empresa Clínica Slim e da observação do cenário econômico o qual a empresa se encontra.

Com interesse no cunho social o tema se demonstra relevantes para outras empresas do seguimento estético de forma que estas possam ter como base a importância da gestão em momentos de desequilíbrio econômico.

Tendo como base uma crise relativamente recente podemos notar que o mercado ainda sofre com os impactos causados. Sendo assim é sempre necessário reunir informações atuais para perceber as diferenças nesta situação recorrente. E desta forma atualizar a comunidade acadêmica.

O setor estético no Brasil apresentou por vários anos um grande crescimento em relação a outras áreas do país e até mesmo em relação ao PIB. Porém a partir do ano de 2015, o setor começou a sentir o impacto da crise econômica. A partir deste cenário, torna-se relevante a pesquisa sobre como o setor estético reagiu às influências do macro ambiente econômico e quais foram as medidas e estratégias adotadas por parte das organizações para que elas continuassem no mercado.

Demorou, mas um dos setores mais resistentes da economia brasileira deu os primeiros sinais de arrefecimento ao sucumbir à crise em 2015. O mercado de beleza, que até então desfrutava de crescimento em dois dígitos, enquanto os demais setores estagnavam diante da queda de consumo e recessão, mostrou o primeiro indicador negativo em 23 anos, com queda de 6,7% nas vendas entre janeiro e setembro de 2015 em relação ao ano anterior, de acordo com dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec).

A partir desta visão, podemos imaginar a dificuldade das organizações em se posicionar e tomar medidas para conter a crise, visto que antes mantinham um crescimento econômico.

Temos então duas variáveis, sendo elas, crise e posicionamento estratégico. Como as organizações devem lidar com elas? Podemos então observar aqui a importância do estudo dessas áreas para a sobrevivência das organizações e também para a preparação das mesmas para futuras situações de desequilíbrio.

Este trabalho tem como objetivo ilustrar a importância do conceito macroeconômico para análise estratégica de mercado através de um estudo de caso da empresa Clínica Slim localizada em Americana - SP.

Almejando atingir o objetivo geral proposto pelo trabalho, definiu-se os seguintes objetivos específicos:

- Apresentar os principais conceitos de estudo ambiental econômico para análise de mercado;
- Definir o conceito de crise econômica com base no contexto do mercado brasileiro;
- Demonstrar a adaptação da empresa perante um mercado instável com o desenvolvimento de medidas contingenciais para maior aproveitamento das oportunidades e redução dos possíveis riscos.

A pesquisa será desenvolvida por natureza exploratória visto que seu principal objetivo é esclarecer o problema principal da pesquisa de forma familiarizar o tema proposto.

A ferramenta mais utilizada para a formulação e desenvolvimento da pesquisa foram livros, artigos e acontecimentos recentes ligados à área em questão.

A elaboração do trabalho por meio de um estudo de caso ocorre com a intenção de observar a relação dos fatores externos e suas relações com o objeto alvo do estudo.

Para coleta de dados, foi utilizada a aplicação da entrevista pessoal conforme roteiro desenvolvido. A análise dos dados coletados é de caráter qualitativo e após a coleta, os dados foram relacionados com as áreas temática escolhidas pelo autor afim de comprovar o objetivo do estudo.

1 A CRISE ECONÔMICA

Neste capítulo, serão apresentados os principais conceitos de economia e crise econômica, bem como suas causas e fundamentos para o desenvolvimento teórico, para assim analisar as características da crise de 2015.

1.1 Conceito de Economia e Crise Econômica

Economia é uma ciência social que estuda de que forma a sociedade decide empregar os recursos produtivos escassos na produção de bens e serviços, de maneira a distribuí-los entre as pessoas da sociedade, com o intuito de satisfazer as necessidades humanas. Resumindo, é a ciência social que estuda como a sociedade administra seus recursos produtivos escassos. (VASCONCELLOS, M., GARCIA, M., 2014, p.2).

Em termos etimológicos a palavra "economia" vem do grego ***oikos*** (casa) e ***nomos*** (norma da lei). Teríamos, então, a palavra ***oikonomia*** que significa "administração de uma unidade habitacional (casa)", podendo também ser entendida como "administração da casa pública" ou de um Estado. (PASSOS, C., NOGAMI, O., 2005, p. 5)

Como se pode notar, Economia é uma ciência que tem como papel reunir os recursos disponíveis afim de produzir bens e serviços necessários a sociedade, de modo que esta, também contribua com essa produção.

Atualmente, muito tem se falado em crise no Brasil, principalmente pela relação com a política, economia e finanças, por causar impactos no mercado e danos na economia, gerando desequilíbrio entre produção e consumo, aumento na taxa de desemprego e falência de muitas empresas, afetando toda a sociedade. (PIGNATA, F. A.; CARVALHO, D. O., 2015)

1.1.1 Crise econômica

Crise econômica pode ser definida por uma mudança brusca ou repentina no sistema econômico do país o que também pode causar uma mudança no ciclo da economia. Normalmente as fases da economia se alternam de maneira natural, gerando assim o ciclo econômico.

O ciclo econômico é definido por quatro fases principais, separadas entre o auge, o período de queda e o período recessão e a possível melhora da situação. O auge é uma situação prévia a crise econômica. É o momento em que o país passa por boas situações e consegue atingir bons marcos monetários e de desenvolvimento. Já, porém, a Depressão, é o momento em que todos os indicadores do país começam a cair subitamente, mudando de uma hora para outra o cenário econômico do país. Essas alterações fazem com que não haja como prever ou ter um plano de contingência de antemão para enfrentar a situação. Nessa hora, há um encolhimento da parte financeira do país, resultando em desemprego, empresas fechando e entre outros. E esta situação após a queda súbita é chamada de Recessão. Onde o período negativo da economia se mante por mais algum tempo antes de haver uma Recuperação.

Além disso, há a possibilidade de um país não se recuperar de uma crise, ficando estagnado nesta situação precária.

"Como não há uma definição para crise econômica, grande parte dos economistas, usam o termo crise para se referir a um período de baixo ou nenhum crescimento, sendo mais prolongado que uma recessão, porém, menos profunda do que uma depressão. Uma crise é sobretudo, uma instabilidade que se inicia em setores isolados da economia, mas que pode afetar todo o sistema econômico." (BLANCHARD. 2004).

1.1.2 Crise financeira

Uma crise financeira é caracterizada pela ocorrência de uma desvalorização repentina de ativos financeiros de um país. Ela pode ser causada por suspensão de pagamentos de dívidas de um país, desvalorização de sua moeda, estouro de uma bolha financeira e até uma corrida aos bancos em um período de recessão.

Kindleberger (2000) afirma que as crises financeiras estão diretamente ligadas aos períodos cíclicos da economia, pois as mesmas se iniciam quando ocorre alguma mudança inesperada no setor econômico.

Segundo Dias (2010, p.36), "Crises financeiras não são apenas resultados de comportamentos irracionais dos agentes, mas resultam da própria forma de operação dos mercados financeiros liberalizados e sem um sistema de regulação adequado".

1.1.3 Crise política

Crises políticas podem ter como principal ponto de partida as confluências de partidos políticos que se confrontam diante o governo atual, gerando assim ameaça a continuidade deste, e com isso provoca o enfraquecimento do país.

A longa duração deste cenário pode afetar a economia do país e com isso causar uma crise econômica devido à perda de força do governo.

1.2 Histórico Econômico

Apresentamos, a seguir, um resumo da principal crise ocorrida no mundo, para que haja uma melhor compreensão dos efeitos causados pela crise de 2015 no Brasil.

1.2.1 Crise na bolha imobiliária norte-americana de 2007 e 2008

Uma grande inadimplência iniciada no mercado de hipotecas imobiliárias americanas aconteceu após o grande *boom* imobiliário, onde os bancos ofereciam muitos créditos, com baixas taxas de juros, resultando no aumento da demanda e de preços dos imóveis e parcelamentos, incentivando e expandindo o mercado imobiliário dos Estados Unidos. (PIGNATA, F. A.; CARVALHO, D. O., 2015)

Essa crise ficou marcada pela quebra do banco *Lehman Brothers*, que gerou um grande impacto na economia mundial reduzindo a taxa de crescimento em diversos países. Porém o Brasil adotou políticas de incentivo que ajudaram a manter a economia do país aquecida.

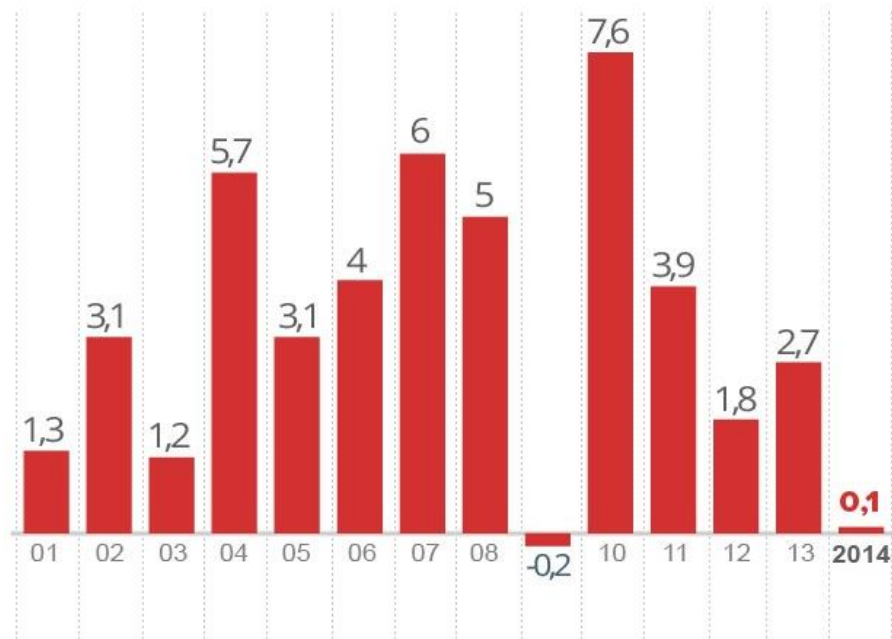
1.3 Situação Econômica do Brasil

O Brasil obteve uma taxa de crescimento razoável durante alguns anos, mesmo com a crise de 2008 nos Estados Unidos.

Após sofrer uma grande queda no ano de 2009, que foi causada pelos efeitos da crise financeira mundial de 2008, o Brasil conseguiu se reestabelecer com um grande desenvolvimento econômico em 2010, ano que Produto Interno Bruto (PIB), conforme a figura 1, bate os 7,6% (CURY E CARDOSO, 2015).

A economia brasileira experimentou no período 2004-2010 uma fase de elevado crescimento, com uma taxa média de expansão do PIB de 4,5%. No entanto, depois de 2011 ocorreu uma desaceleração expressiva no ritmo anual de crescimento para 2,1%. (BONELLI, R.; VELOSO, F., fevereiro de 2016.)

Figura 1 - Variação do PIB desde 2001 em %

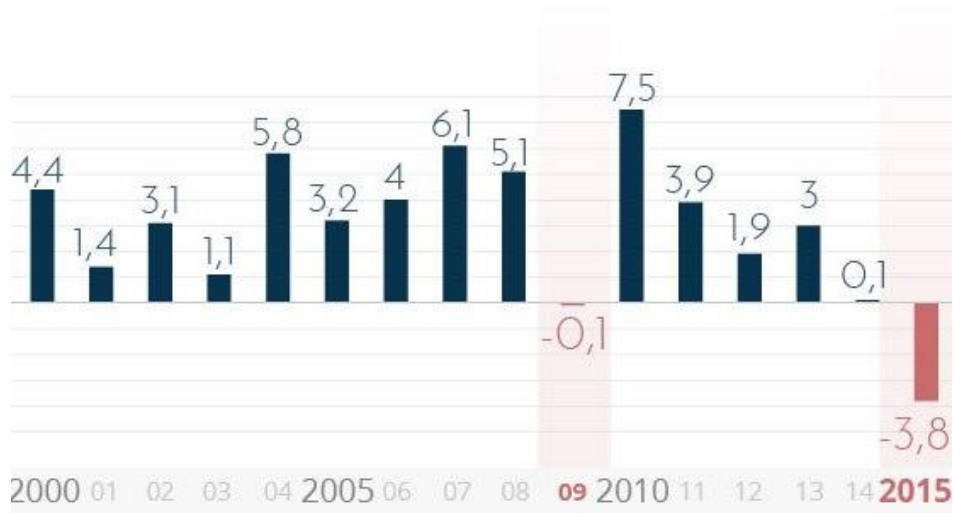


Fonte: IBGE.

Já em 2015, o país sofreu um grande declínio na economia, e começou a sofrer diversos sintomas como, elevação na taxa de juros, aumento no índice de desemprego, diminuição da renda, entre outros.

"O ano de 2015 trouxe de volta uma velha conhecida dos brasileiros: a recessão. Segundo dados do IBGE, a economia do país "encolheu" 3,8% no ano passado. Desde 2009 o PIB brasileiro não diminuía em um ano fechado." (G1, 2016)

Figura 2 - Variação do PIB em % (2000 - 2015)



Fonte: IBGE.

1.4 Origens da Crise

Na tentativa de encontrar o início da crise, economistas debatem diversos temas os quais poderiam ter influências nesse cenário. Dessa forma, serão abordados aqui dois autores, sendo que ambos concordam que o princípio da crise está ligado a causas domésticas.

Serrano e Summa (2015) acreditam que a desaceleração da economia está ligada predominantemente ao forte declínio do crescimento da demanda agregada¹, a qual foi um resultado de decisões tomadas pelo governo.

Segundo Serrano e Summa (2015), o Brasil obteve um alto crescimento no período de 2004-2010, com uma taxa média de crescimento de 4,4% a.a. E após esse período, o governo decidiu reduzir o crescimento da demanda agregada com base nas mudanças das políticas monetária, macroprudencial e fiscal que adotou. Em resposta as mudanças adotadas pelo governo, o Brasil obteve uma média de crescimento anual de 2,1% no período de 2010-2014.

Um exemplo dado pelos autores, foi de que o Banco Central iniciou um ciclo de aumento da taxa básica de juros após abril de 2010, que durou até julho de 2011, aumentando a taxa selic nominal de 8,75% para 12,5%. Esse aumento da taxa básica e as políticas macro prudenciais – que reduzem o crescimento do crédito -

¹ Segundo Sandroni (1999, p.160) “Quantidade de bens ou serviços que a totalidade dos consumidores deseja e está disposta a adquirir em determinado período de tempo e por determinado preço.”

de certa forma contribuíram para o fim do *boom* do consumo privado (especialmente dos bens duráveis).

De acordo com os autores, outra medida tomada pelo governo foi a de não aumentar o salário mínimo real em 2011, algo que não acontecia no país desde 1994. Todas essas medidas na política econômica do Brasil, levaram a uma queda relevante da demanda agregada de forma que, o país viesse a enfrentar um baixo crescimento nos investimentos privados e na produção como um todo, o que conseqüentemente veio a causar uma recessão.

As medidas do governo, mostram que a queda no investimento privado foi significativa para a economia,

A política contracionista do governo levou também à um declínio pronunciado do investimento privado, pois o investimento agregado (público e privado) caiu rapidamente. Após crescer à uma taxa média de 8% entre 2004 e 2010, com pico de 18% em 2010, a formação bruta de capital fixo cresceu apenas 1,8% em média no período 2011-2014. (SERRANO e SUMMA, 2015, p. 02)

Serrano e Summa (2015) evidenciam que as mudanças na orientação das políticas macroeconômicas foram realizadas em duas fases. A primeira constituiu-se em uma forte e deliberada contração na demanda agregada em 2011, com efeitos até 2012. E a segunda foi a estimulação de investimentos privados por meio de grandes incentivos fiscais.

A primeira fase consistiu em uma grande redução do investimento público com o intuito de abrir espaço para o investimento privado e também as exportações. No entanto, segundo Serrano e Summa (2015) “o investimento e as exportações não responderam às mudanças nos juros e na taxa de câmbio, e a desvalorização do câmbio começou a acelerar a inflação, as taxas de juros foram aumentadas novamente. ”

Na segunda fase, o governo tentou estimular o investimento do setor privado principalmente por meio de grandes incentivos fiscais, para que houvesse um aumento do investimento e também da demanda agregada. Como as medidas da primeira fase não surtiram o efeito esperado os investidores privados não tiveram razão para expandir o investimento e com isso o crescimento econômico foi reduzido consideravelmente.

A figura 3, a seguir, demonstra as taxas de crescimento do consumo privado durante o período do último semestre de 2004 até o último semestre de 2014

Figura 3 - Taxas de crescimento do consumo privado



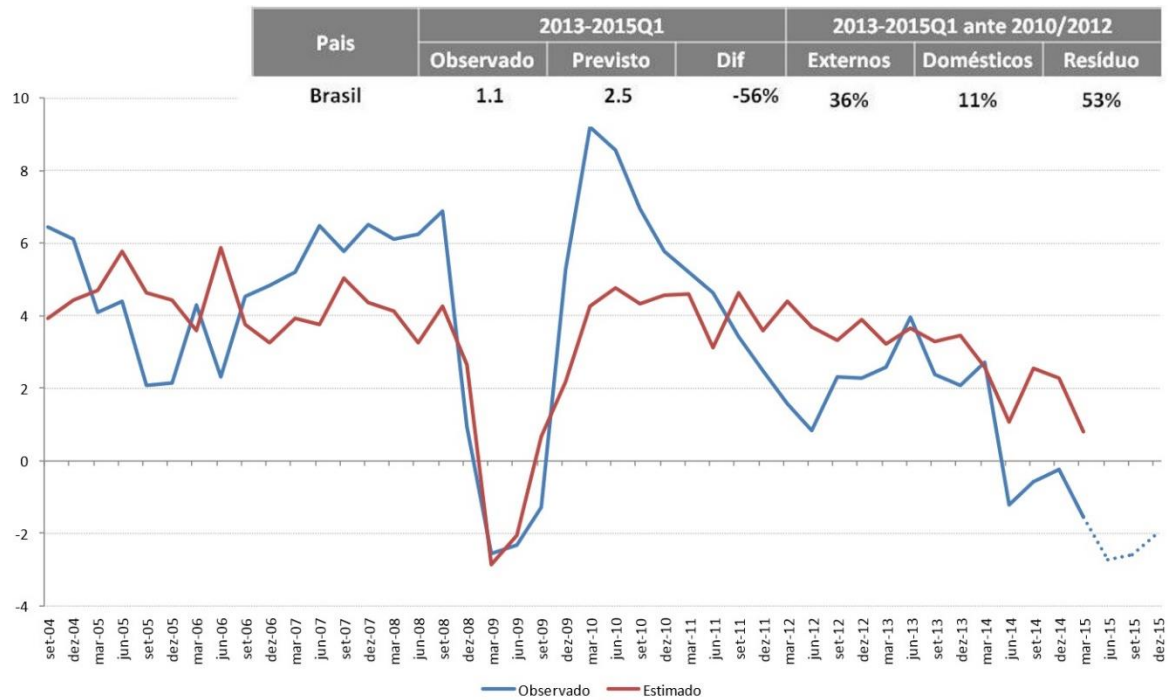
Fonte: Serrano e Suma (2015, p.15).

Conforme a figura 3, é possível observar uma queda na taxa de crescimento do consumo privado, e que no ano de 2014 o consumo privado cresceu menos de 1%. Segundo Serrano e Summa (2015, p.15) “O crescimento do consumo das famílias no Brasil depende da evolução da renda disponível real, da disponibilidade de crédito ao consumidor, e das taxas de juros reais dessas linhas de crédito.”, e conforme dito anteriormente, o que explica essa queda do consumo privado, é que essas ações não foram realizadas pelo governo.

É relevante salientar que existem diferentes opiniões entre os economistas, e que os mesmos elaboram diferentes análises com o objetivo de encontrar uma explicação para a situação econômica do momento, e para elaboração deste trabalho será apresentada mais uma economista, esta que também justifica a crise por meio de causas domésticas.

Segundo Matos (2015), os fatores externos não conseguem explicar a grande desaceleração da economia brasileira. Sendo que, vários países emergentes sofreram uma desaceleração, porém, não de forma tão significativa como o Brasil.

Figura 4 - Taxa de crescimento do Brasil - PIB



Fonte: Matos (2015, p.11)

A figura 5 mostra a taxa de crescimento do Brasil desde setembro-2004 até dezembro-2015. Podemos observar o alto crescimento do PIB brasileiro no final do ano de 2009 – logo após a crise financeira da bolha imobiliária americana– até junho-2010. No entanto, a partir do segundo trimestre de 2011 a economia brasileira reduziu o seu ritmo de crescimento a taxas bem abaixo das médias previstas.

Figura 5 - Taxas médias de crescimento do PIB em %

	Taxas médias de crescimento* (%)		
	2007-2010	2011-2014	2013-2016E
Mundo	3.5	3.6	3.5
Brasil	4.6	2.1	0.7
Argentina	5.1	3.1	0.8
Chile	3.3	4.4	3.1
Colômbia	4.0	5.0	4.1
Peru	6.8	5.1	4.2
Uruguai	6.1	4.7	3.4
Outros Emergentes			
África do Sul	2.5	2.3	2.0
Rússia	2.6	2.4	-0.8
Turquia	2.4	4.5	3.4
Índia	8.1	6.4	7.2
Filipinas	4.9	5.9	6.6
Indonésia	6.2	5.7	5.3
Malásia	4.3	5.4	5.1
Tailândia	3.3	2.5	2.8

*Brasil (IBRE/FGV): 2013/2016E: 0,1%

E: Estimativa

Fonte: Matos (2015, p.9)

Conforme a figura 6, a taxa de crescimento do Brasil no período de 2011-2014, se encontra bem distante do demais países emergentes com 2.1% de crescimento. Podemos observar alguns valores próximos vindo da Rússia, da Tailândia e da África do Sul, com respectivamente, 2.4, 2.5 e 2.3%.

1.4.1 Consequências

Apresentamos, a seguir, a principal consequência na população brasileira causada pela crise é o desemprego. Os dados apresentados são dos meios de comunicação confiáveis que divulgam as informações sobre a economia do país e como esta afeta a população de maneira geral.

Como mostra a figura 7, abaixo, podemos observar a taxa de desemprego no país a partir de janeiro de 2014. Mas fica evidente que a partir de janeiro de 2015 essa taxa teve um aumento significativo em relação ao ano anterior.

Figura 6 - Taxa de desemprego



Fonte: Relatório Anual (2015), elaborado pelo Banco Central do Brasil.

Podemos concluir que o conjunto de mudanças nas políticas econômicas realizadas pelo governo, não obtiveram o resultado esperado e geraram consequências negativas para a economia do país. Originando assim, a crise econômica que vivemos até hoje, em meados de 2019.

A partir daqui, podemos concluir o estudo do cenário macroeconômico brasileiro, para observar as consequências da crise mercado estético e na empresa objeto do estudo de caso.

O mercado estético se manteve à frente da indústria brasileira em geral por alguns anos, e mesmo com uma perspectiva de grande crescimento, também sofreu o impacto da crise. Já a empresa analisada teve um desempenho melhor do que o mercado em geral durante os primeiros meses da crise, mas logo após teve seu declínio.

O maior fator referente à taxa de desemprego é a imprevisibilidade da situação econômica do país e o medo que ela gera nos donos e gerentes industriais. Com isso, torna-se quase obrigatório que as empresas ajam de forma mais segura e com a menor probabilidade de perda possível.

A marcha mais segura para as empresas consiste em cortar gastos e agir de maneira lenta, mas segura, oferecendo um maior nível de prosperidade independente das situações financeiras externas por algum período estabelecido por seus gestores.

O efeito bola de neve se origina ao demitir funcionários, retirando a renda salarial de muitas pessoas do país. Privando essas mesmas pessoas de consumir mais produtos e serviços, tornando menor o supérfluo e o maior o necessário. Portanto, com menos consumidores, menor a venda de produtos e serviços das empresas e indústrias, tornando menor o faturamento e menores os recursos financeiros para o investimento em mais mão de obra e, ocasionando numa retroação na economia.

2 MERCADO ESTÉTICO NO BRASIL

O mercado de estética seguiu o grande crescimento da economia durante os últimos anos no Brasil, mas com a chegada da crise, ele também sentiu seus impactos assim como outros setores do país. Para essa conclusão serão demonstradas algumas informações sobre este mercado.

Dados apontam que o mercado estético do Brasil é forte internamente e também externamente. “De acordo com um levantamento realizado pela ABIHPEC junto com o Instituto FSB Pesquisa, o Brasil é o terceiro país que tem o maior mercado consumidor em relação a produtos e equipamentos de beleza e estética.” (EXAME, 2018)

Durante muitos anos o setor estético manteve seu crescimento acima do crescimento da indústria geral do país, de forma que ele tornou-se forte dentro da nossa economia.

O crescimento do mercado estético chegou a aumentar até mesmo nos anos em que o país sofreu com os reflexos da crise americana de 2008. "A indústria da beleza cresce em torno de 10% ao ano desde 2001 e o faturamento líquido sobre vendas passou de R\$ 4,9 bilhões em 1996 para R\$ 38 bilhões em 2013, segundo dados da ABIHPEC." (EXAME, 2015)

Historicamente no Brasil, as empresas que trabalham no setor de cosméticos e estética vêm desenvolvendo novas maneiras de alcançar seu consumidor final, seja com adesão de novas estratégias e formas de venda, ou através diferentes formas de comunicação. Após a década de 90, os equipamentos de comunicação via rádio perderem colocação para os televisivos a cores, através da acessibilidade da televisão a cores para os cidadãos, o que possibilitou a utilização deste meio publicitário para promover os produtos e serviços de cosméticos e beleza. Os benefícios da utilização de televisão a cores com uma acessibilidade maior consistem justamente no fator imagem. Através da exposição dos resultados e do *Marketing* apresentado pelas empresas, os produtos têm uma apelação visual maior, cativando o público de formas mais diretas e persuasivas.

Também é interessante constatar que, com essa nova oportunidade para as empresas, diversas outras estratégias foram adotadas para alcançar a venda de seus produtos, como por exemplo, a oportunidade de tornar-se uma consultora de

vendas de tais produtos. Isso permitiria que os cidadãos conseguissem desempenhar funções de revendedores de materiais e produtos das empresas de cosméticos, ocasionando em um acréscimo no valor da sua renda mensal no final do mês.

Com uma grande quantidade de novos revendedores e revendedoras dos produtos de beleza no país, a taxa de consumo aumentou significativamente, resultando em pequenas alterações culturais, relacionadas ao consumo de mercadorias de beleza, passando de produtos supérfluos para produtos básicos de higiene pessoal.

A figura abaixo compara as taxas de crescimento do PIB e da indústria geral com o setor de higiene pessoal e cosméticos do Brasil, setor este que está associado diretamente ao mercado estético.

Figura 7 - Crescimento econômico 2007-2017

VARIÇÃO ANUAL (%)			
ANO	PIB	INDÚSTRIA GERAL	SETOR DEFLACIONADO
2008	5,2	3,1	5,5
2009	-0,3	-7,4	9,6
2010	7,5	10,5	10,5
2011	2,7	0,4	6,3
2012	0,9	-2,5	8,8
2013	2,3	1,2	5,3
2014	0,1	-1,2	7,0
2015	-3,8	-8,3	-9,3
2016	-3,6	-6,6	-6,3
2017	1,0	0,2	2,8
Médio Composto últimos 10 anos	1,1	-1,2	3,8

Fonte: Extraído de Panorama do setor 2018 (ABIHPEC)

De acordo com a figura 8, podemos notar que o setor deflacionado teve um aumento acima da média anual do produto interno bruto e também da indústria brasileira em geral. Mas a partir de 2015, o setor sofreu com os efeitos da crise e seguiu em queda juntamente com o restante da economia. A figura também nos

mostra que essa queda chegou a ser superior a queda da indústria geral do país. No entanto, assim que o país apresenta sinais de recuperação, o setor da higiene pessoal e dos cosméticos voltam a subir significativamente perante o setor geral.

Com base nessas informações, pudemos observar um acompanhamento do setor estético, e notar que o mesmo se manteve estável e crescendo em contrapartida à grande maioria dos setores no mercado econômico brasileiro. O setor age na maior parte do tempo, muitas vezes a cima do setor geral do país.

Também pode-se observar que o setor da beleza e da estética é algo muito requisitado pelos brasileiros. Durante a progressão do mercado estético no Brasil, pudemos ver um crescimento enorme na rentabilidade feita durante o período de 1996 até 2013, de R\$ 4,9 bilhões para R\$ 38 bilhões, um aumento de cerca de 775% segundo a Exame (2015). Isso demonstra o quanto o setor estético cativou a população e atingiu uma maior quantidade de classes sociais, tendo uma amplitude maior de alcance, tornando a questão estética uma vaidade requisitada culturalmente.

Durante a fase da evolução da comunicação e da acessibilidade que o povo brasileiro conquistou, a forma de promover os produtos de beleza e instigar seus potenciais consumidores a realizar a sua aquisição aumentou significativamente. Muitos sistemas de vendas de produtos de belezas apresentados pela televisão foram apresentados para a população, tornando mais acessível que os consumidores que estejam na classe média ou baixa possam adquiri-los.

Através de análises empíricas e, relacionando-as com a análise realizada na Figura 7 e Figura 6, podemos notar que este período de aumento na amplitude de alcance do setor estético corresponde a 17 anos. Um tempo suficiente para não só atingir novas fatias do mercado em potencial, mas também para oferecer novos costumes e, através das empresas de cosméticos, incentivar a compra desses produtos e serviços. Hoje em dia, de forma empírica, pode-se constatar que o povo brasileiro é muito vaidoso e possui muitos cuidados com sua apresentação. A apresentação da sua integridade física conta imprescindivelmente para apresentações ao público, entrevistas de emprego, até mesmo relacionando-a com a segurança que uma pessoa pode passar ao ser vista em locais públicos. Essa preocupação deve-se diretamente ao desenvolvimento de uma variação dos aspectos visuais da cultura brasileira. Muitos candidatos são desclassificados de processos seletivos através da apresentação física da pessoa, criando uma

atmosfera de cuidado e preocupação nas horas antes de um processo, justamente para que o candidato possa preparar sua aparência para a entrevista. Isso ocorre principalmente para a disputa de cargos que estão relacionadas a apresentação e contato com o público e cliente em potencial da empresa. Estas são situações cotidianas que, através do olhar empírico e, traçando o relacionamento entre o empírico e a fatia de mercado analisado, pode-se estabelecer suas peculiaridades e veracidades oferecidas pelo fator histórico.

Visto que esta preocupação de limpeza, estética e apresentação visual do povo brasileiro estão diretamente relacionadas a um fator cultural estabelecido durante anos de aumento da amplitude do mercado da estética, pode-se dizer que o produto desta fatia do mercado torna-se uma necessidade básica ao usuário, assim como as suas necessidades mais básicas, desde comida e vestimentas, higiene pessoal e, em certos casos como visto na situação do processo seletivo, pode passar segurança para o indivíduo. Portanto, independente da variação econômica do país, a tendência do mercado estético é de portar-se bem perante as dificuldades impostas a sociedade, as vezes caindo seu avanço, mas mantendo-se boa parte das vezes em situações estáveis e prósperas. De acordo com Maslow (2017), as necessidades humanas são definidas em fases ou etapas, as quais só podem ser adentradas mais a fundo com o pleno estabelecimento e desenvolvimento das anteriores. Ainda sobre, a primeira etapa dessa série de fases são as necessidades básicas de um indivíduo.

Analisando o valor de 2016 para 2017, é possível notar o incrível impacto que a estimativa de recuperação financeira tem em relação ao mercado da higiene e dos cosméticos. Em 2016, a economia estava consideravelmente negativa na indústria em geral. Em apenas um ano após esta última queda, pôde-se notar a existência de um aumento significativo no calor da economia do país, com o PIB passando de 3,6 negativos para 1,0 positivo. Já na indústria geral, temos a variação de 6,8 de um ano para outro, passando de 6,6 negativos para 0,2 positivos. A maior alteração consiste justamente no setor dos cosméticos e da beleza, tendo uma variação entre os anos de 2016 e 2017 de 9,1, passando de 6,3 negativos para 2,8 positivos. Uma enorme diferença reside nesse setor comparado ao setor geral, segundo o gráfico apresentado na Figura 7.

Ainda sobre a Figura 7, apesar dos valores negativos sendo apresentados desde 2012 com relação a indústria no geral, quando não avançando de maneira

retrograda aumentando apenas valores mínimos, o setor dos cosméticos teve uma fase próspera na economia brasileira. Tendo poucas variações entre os anos de 2012 a 2014, seus índices eram sempre acima de 5, oferecendo uma boa margem de estabilidade para o setor. No entanto, em 2015 a situação muda drasticamente.

Em 2015, com os escândalos e alvoroços políticos, dentre a instabilidade de liderança da nação, o povo brasileiro retraiu seus gastos de maneira expressiva. Com a incerteza pairando o cotidiano do povo, não havia como prever as reações que haveriam na vida de cada um, portanto a população retraiu e desacelerou a economia. Não apenas a população massiva, mas como também empresas e as próprias indústrias cortaram gastos e dispensaram diversos funcionários. Através disso, foi instaurado um medo dentro da população brasileira, o qual tornavam as condições desfavoráveis para a vivência do dia a dia. Muitos ficaram desempregados, tornando extremamente necessário a utilização da sua renda apenas para suas necessidades realmente básicas. Outros, por medo de acontecer o mesmo e perderem seus empregos, optaram por reservar e administrar melhor seu capital financeiro. Com base nas informações apresentadas na figura 7.

O desaceleramento do desenvolvimento econômico no setor dos cosméticos foi feito de maneira abrupta e forçada, de acordo com as situações em que o povo brasileiro se encontrava perante a instabilidade política. Pode-se notar que, quando o temor surgiu, no caso, em 2015, o ponto de virada nos acontecimentos ainda possuía um grande impacto, fazendo com que a vida de muitas pessoas do país mudasse de maneira abruptamente. Isso com base no teor de mudanças apresentados pela Figura 7, a qual mostra o índice de alterações entre anos, possibilitando uma análise do assunto.

Apesar de estar atrelado a um fator cultural brasileiro, o setor cosmético foi imprescindivelmente afetado justamente por estar em uma situação de perigo econômica, uma crise. A população ainda reconhece que o setor de cosmético é um fator importante, mas não urgente daquilo que é necessário para a sobrevivência.

Analisando os impactos causados no ano posterior, isto é, 2016, podemos notar que o setor do cosmético que ainda sofre por conta da crise gerada em 2015, agora está acompanhando a margem da indústria no geral. A tendência, caso estabelecido um equilíbrio financeiro no país, torna-se a população, apesar de relutante, voltar a frequentar mais o mercado da beleza.

No entanto, assim como visto anteriormente, após um significativo aumento na situação econômica do país, mas ainda sim pequena com relação a margem 0 de nulidade apresentado tanto pelo PIB quanto para o setor geral do país, pode-se notar um grande avanço na economia relacionada ao setor da beleza. Pode-se ter como tendência analisando dois momentos de crise do país que, apesar dos tempos difíceis economicamente no país, após a reestruturação da economia, um dos produtos e tipos de mercadorias que mais terão impacto após o período de crise econômica, é o setor dos cosméticos e da beleza.

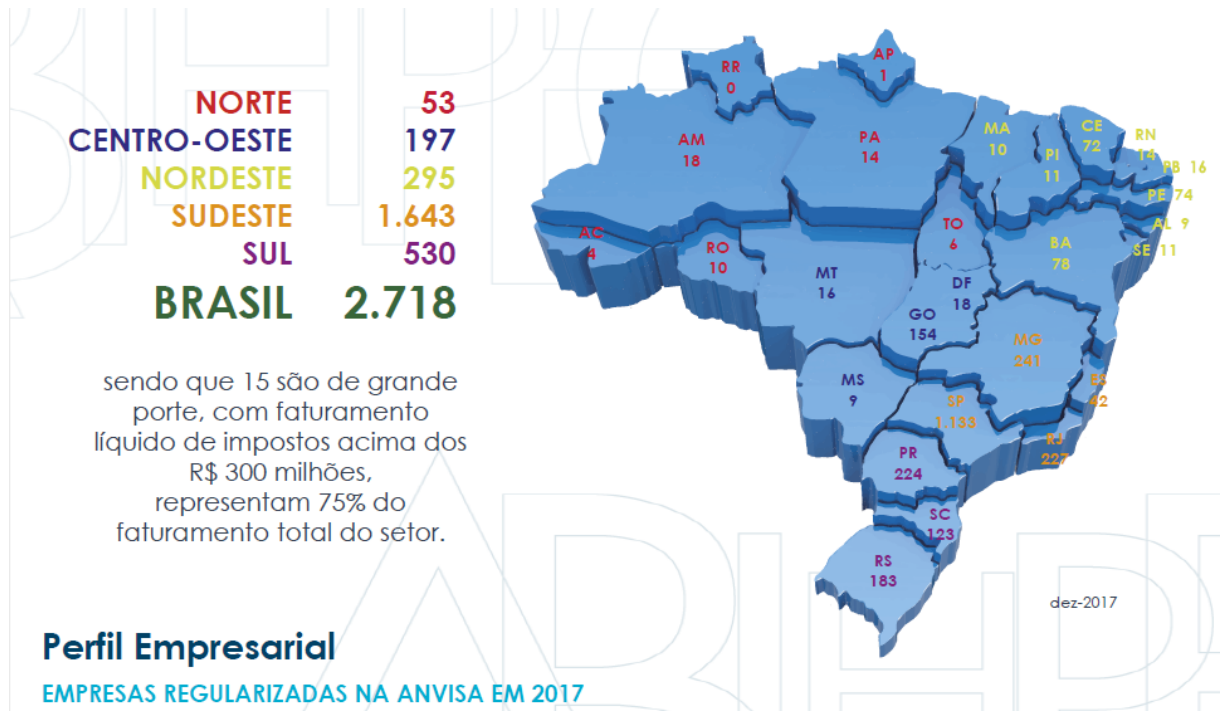
Analisando as oportunidades de trabalhos relacionadas ao setor estético, é possível obter as seguintes informações, segundo a **figura 8**.

Figura 8 – Oportunidades de Emprego no Setor da Beleza

OPORTUNIDADES DE TRABALHO ('000)												
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	% Crescimento 10 anos	% Crescimento Médio 10 anos
INDÚSTRIA	102,2	104,4	111,6	120,9	122,8	126,0	126,0	122,2	118,3	120,5	23,4	2,1
FRANQUIA	141,3	148,7	159,8	174,1	188,1	195,6	200,7	214,2	214,6	221,0	64,3	5,1
CONSULTORA VENDA DIRETA	2.691,0	2.893,6	3.444,8	3.791,5	3.897,7	4.053,6	4.053,6	4.140,0	4.140,0	3.991,0	65,2	5,2
SALÕES DE BELEZA	815,2	867,1	913,1	1.022,7	1.145,4	1.205,0	1.205,0	1.280,0	1.300,0	1.333,3	72,2	5,6
TOTAL	3.749,7	4.013,8	4.629,3	5.109,2	5.354,0	5.580,2	5.585,3	5.756,4	5.772,9	5.665,8	65,5	5,2

Fonte: Extraído de Abihpec, 2019

Figura 9 – Empresas regulamentadas pela Anvisa



Fonte: Extraído de Abihpec, 2019

Por meio destas informações relacionadas ao setor dos cosméticos, considera-se que por ano desde 2012, há uma média de 5.500 oportunidades de trabalho nesse setor. Há um crescimento de 65,5% em 10 anos no mercado estético e um grande aumento de estabelecimentos de beleza nos últimos 10 anos, notando a existência de 815 vagas para salões de beleza em 2008, passando a ter 1.333 em 2017, segundo as Figuras 8 e 9 extraídas da Abihpec (2019).

Estes valores apresentam claramente um avanço no setor da beleza nos últimos 10 anos, traçando um bom desenvolvimento e aprimoramento no mercado de trabalho no país. Sua expansão é relativa ao nível de procura de seus produtos e serviços, possibilitando um enraizamento maior e mais profundo na cultura brasileira.

Nos valores relacionados aos anos de 2015 e 2016, os principais anos que sofreram com a crise econômica de 2015, pode-se notar ainda sim o aumento de vagas de emprego com relação aos anos de 2014 e 2017. Isso demonstra que, apesar do nível de desemprego no país, ainda havia vagas sendo abertas para este determinado setor. Considerando que o nível de vagas serem relativamente baixas, quando em 2015 havia poucas vagas de emprego para muitos desempregados, pode-se dizer que novas oportunidades de negócios surgiram para sustentar o

número de vagas disponíveis. Em 2017 esse valor diminuiu, significando um estacionamento no nível de vagas geradas no setor e estabilizando o nível de rotatividade de seus funcionários.

Também pode-se notar que o nível de consultores diretos para a venda de produtos de beleza aumentara significativamente nos anos de 2015 e 2016, fazendo com que as pessoas consigam sua rentabilidade de forma independente durante o período de baixa empregabilidade no mercado como no geral. Este número aumenta, pois devido ao impacto causado não apenas no setor específico, mas como no geral, muitas pessoas precisavam conseguir sua renda através de outras formas para sustentar suas famílias.

Apesar da crise impactar severamente os setores como no geral em 2015, pode-se dizer que após este período, houve uma recuperação do consumo do país, possibilitando na recolocação da normalidade nos mercados de estética e beleza no país. Segundo o gráfico sobre o nível de evolução do consumidor nos últimos 15 anos, **figura 9**, segundo a Abihpec (2019) é possível ter uma visão panorâmica do impacto causado em 2015, sua significância e as situações posteriores a este cenário.

Figura 10 - Evolução do Mercado Consumidor Brasileiro



Fonte: Extraído de Abihpec (2019)

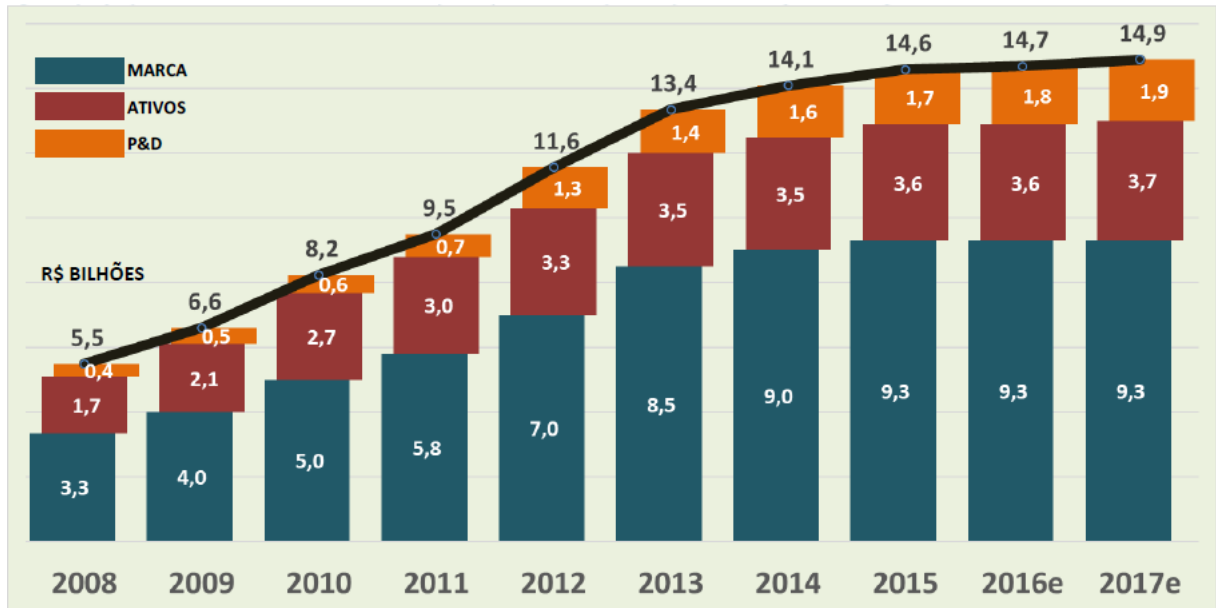
Por meio deste gráfico, nota-se que o mercado consumidor tem crescido consideravelmente nos últimos 15 anos. Em 2017 possui-se um valor quatro vezes maior comparado ao mercado consumidor de 2003. A tendência é de que a evolução dos mercados específicos do país tenha um aumento relativo ao mercado consumidor.

Com estes valores, pode-se notar que em 2009 com a crise mundial, não houve uma queda no nível de consumidores no geral. O nível de desenvolvimento foi superior ao nível da queda. No entanto, já em 2015, houve um encolhimento no nível de consumo do país, o que demonstra que, num país que passou recentemente por um grande processo evolutivo, próximo a um nível de crescimento estável, sofre com as alterações econômicas nele impostas através de fatores macro ambientais. Sua desaceleração no crescimento e o aumento gradativo de pequenas taxas de crescimento, comparadas aos anos anteriores, é devido ao marco evolutivo nos setores gerais do país, resultando em mais tempo para reestabelecer o patamar desenvolvido pelos anos passados.

Portanto pode-se notar que o setor estético é um setor que se desenvolveu bem nas últimas duas décadas, alcançando um ponto de estabilidade nesta última década e criando novos costumes na vida dos cidadãos brasileiros. A crise econômica tem forte impacto no setor da beleza quando seu nível de potência for relativamente elevado, fazendo com que o povo brasileiro repense em seus gastos e consumos. No entanto, também pode-se dizer que o setor da beleza é um setor forte que tem porte suficiente para aguentar as adversidades da crise e, com o menor nível de recuperação e estabilidade econômica possível já consegue voltar com grande peso para o mercado consumidor brasileiro.

Para justificar essa afirmação, a Abihpec (2019) apresentou novos dados correspondentes ao setor de beleza e higiene pessoal do Brasil com relação ao mundo. Os gráficos a seguir apresentam o tamanho desse setor em comparação aos outros países do mundo.

Figura 11 - Contribuição do setor para a movimentação da Economia



Fonte: Extraído de Abihpec, 2019.

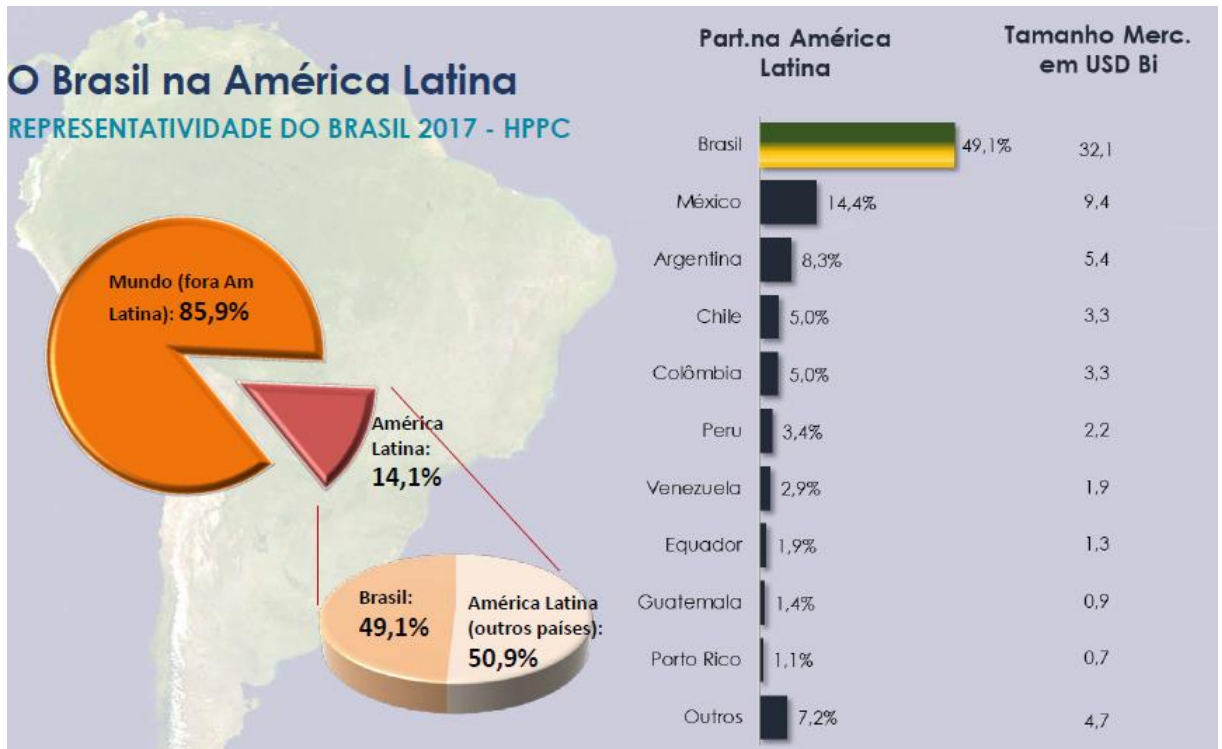
Por meio dessas informações, segundo os dados da Abihpec, o setor da estética e beleza é o 2º setor que mais investe em inovação e o 1º que mais investe em comunicação. Isso reforça as tomadas de decisões que as empresas da beleza fizeram no passado e que continuam realizando até hoje através das suas diferentes formas de promover seus produtos.

A forte presença desse setor no Brasil é reforçada através dos seus altos índices de investimento, de presença no cotidiano do cidadão e da importância da agregação que esse setor impôs aos brasileiros. Sua produção é relativa ao nível de procura e de porte do cidadão brasileiro, se adaptando perante as suas classes sociais.

Curiosamente, os níveis de investimento em 2015 não retraíram mesmo com a crise. Os valores apresentados indicam que a crise congelou o nível de evolução de investimentos desse setor, trabalhando apenas com o nível já imposto nos anos anteriores por motivos de segurança e de integridade das empresas.

O Brasil possui a maior presença e importância do mercado estético da América Latina segundo o fechamento de 2017 da Abihpec.

Figura 12 - Representatividade do Brasil na América Latina



Fonte: Extraído de Abihpec, 2019

A América Latina consiste em 15% da representatividade do mundo a fora quando o tópico é o setor estético e higiene da economia. Dentro das parcelas de representatividades dos países da América Latina, o Brasil corresponde cerca de, aproximadamente, 50% dos impactos e influências do mercado estético no país, chegando a 32,1 bilhões de dólares em primeiro lugar no *ranking*. Já o segundo lugar consiste apenas de 9,4 bilhões de dólares, uma diferença significativa com relação ao primeiro lugar. O Brasil possui, praticamente três vezes mais influência no mercado estético do que o México, localizado no segundo lugar. Portanto, é possível dizer que o Brasil possui uma presença de aproximadamente 7% perante o mundo a fora.

Ainda se tratando de comparações internacionais, segundo a Abihpec (2019), o Brasil é o 4º país com maior influência no setor estético. O gráfico a seguir demonstra o *ranking* dos países mais desenvolvidos no setor estético e da higiene.

Figura 13 – Top 10 Consumidores Mundiais



Fonte: Extraído de Abihpec, 2019

Atualmente, o Brasil está em 4º lugar no ranking mundial de consumo de produtos higiênicos e cosméticos, estando muito próximo ao Japão, com uma diferença de 0,9% apenas. Logo após encontra-se Estados Unidos e Japão, como os maiores consumidores mundiais.

Dentre os produtos mais procurados estão os desodorantes, perfumes e protetores solar. Higiene oral e produtos para cabelos tem estado em alta nos últimos anos, passando para colocações cada vez mais altas. Esta informação é relevante, principalmente para o estudo de caso que será discutido no capítulo a seguir.

3 ESTUDO DE CASO

Neste capítulo serão apresentadas as características da empresa utilizada para elaboração do estudo de caso deste trabalho. Será analisada a evolução do faturamento da empresa no período 2013-2016, seguido de uma comparação da empresa com o setor situado. Em seguida, serão explanados alguns dos impactos causados a empresa com base na crise de 2015.

3.1 Características da empresa

A empresa objeto deste estudo de caso, é uma clínica estética de tratamento capilar, que está há quase 30 anos na cidade de Americana e oferece tratamentos para doenças no couro cabeludo e também contra queda capilar. A empresa hoje conta com seis unidades, sendo a unidade de Americana – SP, a sede da marca da Clínica Slim. Os dados aqui apresentados são provenientes desta unidade.

A empresa está localizada no Bairro Conserva em Americana, contudo, atende clientes de diversas cidades da região. Hoje esta unidade é composta por duas sócias e três funcionárias.

Atualmente a empresa atende homens e mulheres de classe A, B e C, porém tem como principal público-alvo, homens e mulheres de 25 a 40 anos, com renda mensal entre R\$ 8 mil e R\$ 12 mil, moradores de Americana e cidades vizinhas.

O serviço oferecido pela empresa pode ser considerado supérfluo, uma vez que a queda de cabelos é caracterizada como um problema de quadro estético e não clínico, embora esteja em diferentes níveis de importância de acordo com cada pessoa. No entanto, há quem diga que o processo de revitalização capilar não é supérfluo e não está relacionado a um fator de vaidade, mas sim a questão de saúde e bem-estar.

Nesta situação, é importante considerar que é um tratamento altamente custoso ao consumidor, apenas possibilitando que certas classes da sociedade frequentemente esses serviços. Pode ser algo que trará maiores benefícios a saúde, mas não é necessário para viver bem, então apenas pessoas com porte financeiro possuem interesse para utilizar este serviço.

Das duas sócias, apenas uma está integrada as atividades da empresa, sendo responsável por atendimentos e também pela administração da unidade. As funcionárias compõem diversas funções dentro da empresa.

A empresa não utiliza nenhum sistema de integrado computadorizado, sendo assim, as informações aqui apresentadas são de relatórios de controle interno da empresa.

3.2 Evolução do Faturamento Geral

A partir dos relatórios fornecidos pela sócia proprietária, foi possível a elaboração de tabelas com base no faturamento da empresa. Uma delas é a tabela 1 abaixo.

Tabela 1 - Faturamento mensal do período 2013-2016

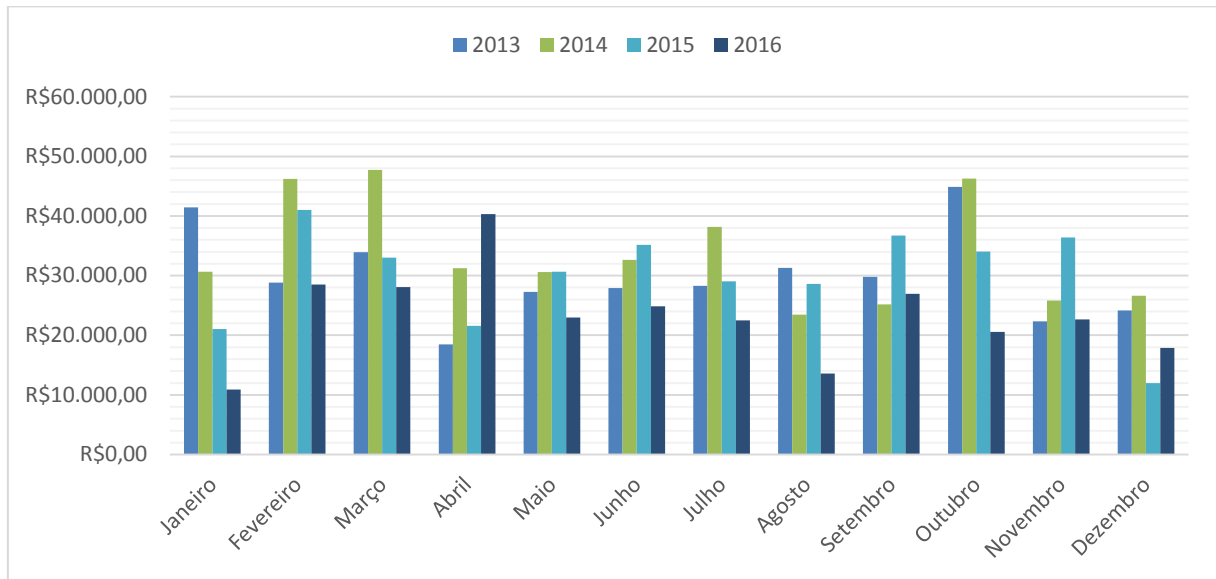
Meses / Anos	2013	2014	2015	2016
Janeiro	R\$41.420,70	R\$30.639,60	R\$21.033,00	R\$10.908,00
Fevereiro	R\$28.803,60	R\$46.240,20	R\$41.026,50	R\$28.498,50
Março	R\$33.925,50	R\$47.719,80	R\$33.021,00	R\$28.077,30
Abril	R\$18.474,75	R\$31.222,80	R\$21.573,00	R\$40.324,50
Mai	R\$27.291,60	R\$30.593,70	R\$30.645,00	R\$22.982,40
Junho	R\$27.920,70	R\$32.661,90	R\$35.154,00	R\$24.848,10
Julho	R\$28.269,00	R\$38.167,20	R\$29.052,00	R\$22.507,20
Agosto	R\$31.322,70	R\$23.441,40	R\$28.630,80	R\$13.581,00
Setembro	R\$29.810,70	R\$25.164,00	R\$36.720,00	R\$26.964,90
Outubro	R\$44.895,60	R\$46.280,70	R\$34.020,00	R\$20.541,60
Novembro	R\$22.307,40	R\$25.841,70	R\$36.423,00	R\$22.642,20
Dezembro	R\$24.181,20	R\$26.649,00	R\$11.988,00	R\$17.892,90
MÉDIA MENSAL	R\$29.885,29	R\$33.718,50	R\$29.940,53	R\$23.314,05

Fonte: Elaborado pelo autor, dados da empresa, 2017.

Conforme a tabela 1, observamos uma flutuação na média mensall de faturamento da empresa, e podemos dizer que este faturamento se manteve em controle até 2015, ano em que a crise começou a afetar a economia de maneira vigorosa.

A partir da tabela, fora elaborada uma figura com seus dados para uma melhor visualização.

Figura 14 - Gráfico de faturamento 2013- 2016



Fonte: Elaborado pelo autor, dados da empresa, 2019.

A figura 14, mostra que a partir do ano de 2016 a empresa sofreu de maneira mais forte os impactos causados pela crise, mesmo com o faturamento de alguns meses próximo ao mesmo período em anos anteriores.

Com base nas informações de faturamento da empresa, fica possível compará-las as informações referentes ao setor estético apresentados no capítulo três deste trabalho.

Observando a figura 14 e a tabela 1, podemos notar que a empresa conseguiu manter seu rendimento por um período maior do que o setor de uma forma geral. A empresa manteve uma certa estabilidade mesmo estando dentro do setor, o qual, teve queda consecutiva nos anos de 2015 e 2016.

De acordo com as medidas e com os impactos gerados pela crise, citados no primeiro capítulo deste trabalho, podemos afirmar que de maneira geral a empresa sentiu os efeitos negativos da crise.

Os fatores como, aumento na taxa de juros, aumento no desemprego e a queda do consumo privado, se relacionam diretamente com a queda do faturamento da empresa. Uma vez que, todos esses fatores, estão ligados com a diminuição da renda real das famílias.

Sendo assim, com os potenciais clientes sentindo os impactos da crise em sua vida financeira, a empresa obteve uma queda em seu faturamento principalmente por oferecer um produto supérfluo.

O público alvo da empresa, Clínica Slim, é a classe média e alta. Pode-se dizer que, comparando os dados fornecidos pela Exame e os dados obtidos através do estudo de casos realizados na Clínica Slim, o público de classe média e alta foi afetado pela crise financeira após um ano do acontecimento.

Observando que a empresa manteve um bom faturamento médio durante o ano de 2015, mas que teve um grande impacto em 2016 pode-se supor que a população que está classificada acima da classe média de renda manteve-se mais estáveis com relação ao anúncio da crise, mas que posteriormente acompanhariam nas baixas ocasionadas.

Os resultados traçados pela empresa seguem o gráfico sobre a queda de consumo e evolução do mercado da higiene e estético apresentado no capítulo anterior, condizendo com a sustentação durante o ano de 2015 e a queda de 2016. A tendência no faturamento de 2017 é tornar-se novamente positiva. A empresa em questão não pode oferecer os dados de 2017 a meados de 2019.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente trabalho se deu pelo interesse do autor na área de economia, e principalmente em como as empresas reagem quando o país enfrenta um momento de crise. Para que isto fosse possível, o autor elaborou um estudo de caso em uma empresa de pequeno porte, sendo esta uma clínica de estética situada na cidade de Americana.

Para alcançar os objetivos anteriormente estabelecidos para a elaboração deste trabalho, foi necessário elaborar um estudo sobre crises e também, por quais razões que estas têm início. Foram apresentadas também as consequências que a crise de 2015 trouxe para a economia brasileira.

Com isso, o autor iniciou a análise dos dados obtidos na empresa, e com base nos mesmos, foi possível perceber que esta não apresentou um grande impacto negativo em relação a crise em que o país enfrentou no ano de 2015. Foi analisado o faturamento geral da empresa, sendo este obtido através da venda de produtos e serviços da empresa. Os dados mostraram que a partir do ano de 2016 o faturamento apresentou uma queda mais significativa, em relação aos anos anteriores. Seguindo os gráficos e figuras apresentadas como marcadores no segundo capítulo, foi possível conhecer melhor os impactos causados neste setor.

Foi possível perceber que a empresa apresentou um resultado similar quando comparado com o setor de estética em âmbito nacional, mas em um primeiro momento, a empresa manteve uma estabilidade maior mesmo com o cenário desfavorável da economia, minimizando assim um pouco dos impactos da crise. Isto devido ao público alvo que a empresa está sujeita, sendo um público afetado de maneiras menores com a crise.

Com o intuito de manter a saúde da empresa, esta deve se preocupar em admitir estratégias para se manter no mercado, e acompanhar o mercado a qual está inserida, visando um crescimento futuro. Sempre acompanhar a situação de seus concorrentes, empresas de áreas diferentes da atuante, de forma que consiga captar novas ideias de promoções e novas formas de investir o futuro da empresa.

Desta forma, torna-se notável que qualquer empresa está sujeita a sofrer impactos quando o país a qual está inserida se encontra em um cenário econômico desfavorável, contudo, observar e analisar os momentos de crise é fundamental para que esta não seja afetada a ponto de não possuir forças para se manter no

mercado competitivo dos dias atuais. O planejamento é essencial para a sobrevivência da empresa, mas principalmente para o desenvolvimento de seu caminho durante uma caminhada de médio a longo prazo.

REFERÊNCIAS

ABIHPEC. **Panorama do Setor Abihpec de 2019**. Disponível em: <<https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor-2018/>>. Acesso em 08/05/2019

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Boletim do Banco Central do Brasil – Relatório Anual 2015**. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/pec/boletim/banual2015/rel2015cap1p.pdf>> Acesso em 05/04/2018

BLANCHARD, O. **Macroeconomia**. 3ª edição. São Paulo: Person, Prentice Hall, 2004.

BONELLI, R.; VELOSO, F. (Organizador) **A Crise de Crescimento do Brasil**. 1ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier: FGV/IBRE, 2016.

CURY, A.; CARDOSO, C. **Economia brasileira cresce 0,1% em 2014, diz IBGE**. 2015. Disponível em <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2015/03/economia-brasileiracresce-01-em-2014-diz-ibge.html>>. Acesso em: 05/04/2017.

DIAS, E. L. C. **A Crise Econômica de 2008 e o Sistema Financeiro Nacional na Perspectiva pós-Keynesiana**. Finanças Públicas – XV Prêmio Tesouro Nacional – 2010.

EXAME, **MEIs do mercado de beleza crescem 567% em 5 anos**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/meis-do-mercado-de-beleza-crescem-567-em-5-anos/>> Acesso em 20/05/2017

FRANCO, A. **Ano ruim desafia mercado da beleza em 2016.** Gazeta do Povo, Economia. 05/01/2016.

Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/ano-ruim-desafia-mercado-de-beleza-em-2016-co75gmjqo3pm826927eho66za>> Acesso em: 30/08/2017

G1, **Anos de recessão no Brasil.** Disponível em: <<http://especiais.g1.globo.com/economia/2016/ultimos-anos-de-recessao-no-brasil/>> Acesso em: 22/05/17

G1, **Nada de crise; mercado brasileiro de estética fecha ano com saldo positivo.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/ceara/especial-publicitario/unifor/ensinando-e-aprendendo/noticia/2015/12/nada-de-crise-mercado-brasileiro-de-estetica-fecha-ano-com-saldo-positivo.html>> Acesso em: 20/05/17

KINDLEBERGER, C. **Manias, Pânico e Crashes.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing.** 12ª edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. Cap. 1.

MATOS, S. **A desaceleração do crescimento brasileiro: causas externas ou domésticas?** Agosto-2015. FGV-IBRE. Disponível em: <<http://portalibre.fgv.br/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=8A7C82C54DB5CA9F014F1773B2064CD3>> Acesso em 15/03/2018

MASLOW, A. H. **Teoria da Motivação Humana.** São Paulo: Livraria duas cidades, 2017, Cap. 2.

MAXIMIANO, Antonio Cesar A. **Introdução à administração,** 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2000. Cap. 5.

PASSOS, C.; NOGAMI, O. **Princípios de Economia**. 5ª edição. São Paulo: Thomson Learning, 2006. Cap 1.

PIGNATA, F. A.; CARVALHO, D. O. **Revista Eletrônica “Diálogos Acadêmicos”**. v. 09, nº 2, p. 04-18, JUL-DEZ, 2015

Disponível em: <<http://www.semar.edu.br/revista/downloads/edicao9/1-artigo.pdf>>
Acesso em: 28/03/2017.

SANDRONI, P. **Novíssimo Dicionário de Economia**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 1999. Disponível em:
<<http://sinus.org.br/2014/wpcontent/uploads/2013/11/FMI.BMNov%C3%ADssimo-Dicion%C3%A1rio-deEconomia.pdf>> Acesso em 03/05/2018

SEBRAE, **Estética: setor permanece em alta**. Disponível em:
<<http://www.sp.senac.br/jsp/default.jsp?newsID=a20352.htm&testeira=359&template=&unit=>>> Acesso em 25/07/2017

SIGNIFICADOS, **Significado de Crise Econômica**. Disponível em:
<<https://www.significados.com.br/crise-economica/>> Acesso em 28/07/2017

SILVA, B. W., **Estratégias Competitiva de Michael Porter**. BWS Consultoria. Disponível em: <<http://www.bwsconsultoria.com/2011/05/estrategias-competitivas-genericas-de.html>> Acesso em: 12/05/2017

SERRANO, F.; SUMMA, R. **Demanda Agregada e a desaceleração do crescimento econômico brasileiro de 2011 a 2014**. Agosto-2015. Washington DC: CEPR (Center for Economic and Policy Research), 2015. Tradução por Marina Terra. Disponível em <<http://cepr.net/documents/publications/Brazil-2015-08PORTUGUESE.pdf>> Acesso em 10/03/2018

VASCONCELLOS, M.; GARCIA, M. **Fundamentos de Economia**. 5ª edição. São Paulo: Saraiva, 2014. Cap 1.