

DEMANDA DE COSMÉTICOS PELAS PESSOAS DE BAIXA RENDA DA REGIÃO OESTE DE SÃO PAULO NO PERÍODO DO PLANO REAL.

Giovanna Della Brostoline (IC) e João Francisco de Aguiar (Orientador).

Apoio: PIBIC Mackenzie

RESUMO

A economia brasileira atravessou um período longo de instabilidade no crescimento econômico devido as altas taxas de inflação desde o final dos anos 70, avançando até o início dos anos 90. Nesse período o poder aquisitivo real dos consumidores foi negativamente afetado pela instabilidade e alta dos preços nos bens de consumo, afetando principalmente os bens de consumo não-essenciais (cosméticos), segmento este, que foi o objeto deste estudo. Em 1994 foi adotado o Plano Real que finalmente conseguiu estabilizar a economia, devolvendo, aos poucos, o poder de compra da população. Com base neste cenário surgiu o interesse de pesquisar se houve algum relacionamento entre a recuperação do poder de compra e o Consumo de Cosméticos por parte da classe de renda mais baixa (classes C e D) desde 1994 (época da vigência do Plano Real). Com o objetivo de investigar esta relação, foi adotada a metodologia quantitativa descritiva por meio da qual foi realizada uma entrevista com 174 pessoas da Região Oeste do município de São Paulo (SP) das classes C e D. Os dados foram coletados por meio de uma Escala Likert de 10 pontos e tratados segundo uma fatorial exploratória. Os resultados indicaram que a recuperação do poder de compra influenciou positivamente a demanda por cosméticos durante o Plano Real.

Palavras-chave: Plano Real. Consumo de cosméticos. Classe de baixa renda.

ABSTRACT

During the period from the 70s to the early 90s, the Brazilian economy was characterized by economic growth instabilities in consequence of the high inflationary rates. In this phase the real acquisition power of consumption has been negatively affected by the high prices of consumption goods affecting mainly non-essential goods segment (cosmetics), which was the focus of this study. Finally, in 1994, the Brazilian government implemented the monetary plan called Real, which was successful for economy stabilization, reducing the inflationary process, stabilizing prices and therefore progressively recovered the consumption power of the population, mainly the lower classes of income (C and D classes) during the Real Plan period. This picture caused the interest to investigate the relation between the consumption power recovery and the cosmetics goods demand of the lower class of income. In order to investigate this relation, a descriptive quantitative methodology was adopted. From

West region of Sao Paulo city, 174 people belonging to the low class of income (C and D class) were interviewed, data were collected by a 10 point Likert scale and treated according a exploratory factorial. The study results indicated that the consumption power recovery affect positively the demand of cosmetics during the Real Plan.

Keywords: Real Plan. Cosmetics consumption. Low income class.

1. INTRODUÇÃO

Com o objetivo de reverter o quadro inflacionário da década dos anos oitenta, vários programas de estabilização foram praticados, porém à exceção do Plano Real, de 1994, todos fracassaram. (CARNEIRO, 2002).

A recuperação da credibilidade internacional e a retomada da captação de recursos externos contribuiu para a queda dos juros e da inflação. O Plano Real foi bem-sucedido e proporcionou estabilidade nos níveis de inflação e juros, contribuindo para a recuperação progressiva do poder de compra dos consumidores, inclusive aqueles pertencentes às classes de baixa renda.

Diante deste cenário surgiu o interesse de pesquisar a demanda de cosméticos (bens de cuidados pessoais) pelas pessoas de baixa renda. O seguinte problema de pesquisa foi estabelecido: “A recuperação do poder aquisitivo dos consumidores de baixa renda (Classe C e D) da região Oeste de São Paulo influenciou na demanda de bens de cuidados pessoais após a implantação do Plano Real?”.

O Objetivo Geral foi o de investigar se a recuperação de poder aquisitivo influenciou na demanda por bens de cuidado pessoal no período do Plano Real, pelos consumidores de baixa renda (Classe C e D) da região Oeste de São Paulo.

O primeiro Objetivo Específico proposto foi o de investigar se os consumidores de baixa renda (Classe C e D) da região Oeste de São Paulo tiveram elevação no seu poder aquisitivo. O segundo Objetivo Específico foi o de investigar se a demanda de bens de cuidados pessoais pelos consumidores de baixa renda (Classe C e D) da região Oeste de São Paulo cresceu no período do Plano Real. O terceiro e último Objetivo Específico foi investigar que tipo de bens de cuidados pessoais (cosméticos), tiveram maior aumento de demanda pelos consumidores de baixa renda (Classe C e D) da região Oeste de São Paulo.

Nesta pesquisa a Variável Dependente escolhida foi a demanda de bens de cuidados pessoais após a implantação do Plano Real e a Variável Independente escolhida foi a recuperação do poder aquisitivo dos consumidores de baixa renda (Classe C e D) da região oeste de São Paulo. Foi adotado a metodologia quantitativa descritiva, foram realizadas entrevistas conforme o instrumento de pesquisa segundo a Escala Likert de 10 pontos, variando dentro da escala de um mínimo, discordo totalmente, até o máximo, concordo totalmente.

2. DESENVOLVIMENTO DO ARGUMENTO

2.1. O Plano Real

Ao final de 1993 iniciou-se a implementação do Plano Real para combater a alta inflação em que o Brasil se encontrava. Após inúmeras tentativas fracassadas de planos anteriores, este foi bem-sucedido e manteve a inflação sob controle por um longo período de tempo, apesar das várias crises internacionais. (GREMAUD, VASCONCELLOS, TONETO, 2014)

O plano conseguiu reduzir a inflação de 2.500% para menos de 10% em menos de um ano, o que gerou uma vantagem política para Fernando Henrique Cardoso e garantiu dois mandatos consecutivos na Presidência da república. Contudo, isso teve um custo, pois Plano Real fez parte de um conjunto de planos que utilizaram a âncora cambial como mecanismo para estabilizar os preços. A moeda que serviu como âncora foi o dólar e o nível de endividamento do Estado era relativamente baixo, graças ao confisco da poupança feito pelo Plano Collor. Os juros foram mantidos muito altos e sempre acima da inflação para controlar o consumo excessivo e desestimular a formação de estoques especulativos. (PIRES, 2010; BAER, 2002)

O primeiro mandato de Fernando Henrique Cardoso concentrou-se em garantir a estabilização da economia, e foi bem-sucedido neste ponto, mas o foco na valorização cambial acabou provocando um profundo desequilíbrio externo, e em paralelo, ocorreu uma deterioração das contas públicas. Por conta da manutenção cambial e das altas taxas de juros para atrair capital estrangeiro, o Brasil apresentou baixas taxas de crescimento econômico. O segundo mandato começou com uma crise cambial que levou o governo a fazer uma grande mudança na economia, com câmbio flutuante, metas de inflação e superávit primário. O desempenho fiscal e o setor externo apresentaram melhoras, mas a taxa de crescimento continuava baixa, atrelada ainda ao contínuo aumento da dívida pública. O governo seguinte, de Luís Inácio Lula da Silva manteve estas três práticas e com o bom desempenho da economia mundial houve melhores no índice risco-país do Brasil, mas não conseguiram retomar o crescimento econômico. (GREMAUD, VASCONCELLOS, TONETO, 2014)

Portanto, o Brasil precisaria encontrar mecanismos para alocar a carga do financiamento público. É essencial que o país alcance o caminho de um crescimento sustentável e não-inflacionário, porém, em termos políticos, este é um processo longo e contestável. (BAER, 2002)

2.2. Conceitos e variáveis econômicas

Para compreender os resultados da pesquisa deste estudo é necessário definir alguns conceitos. Mankiw (2014) define consumo como as despesas das famílias em bens e serviços, exceto novos imóveis residenciais, poupança é a renda que fica com as famílias após o pagamento de todas as despesas de consumo e impostos, e por fim, renda permanente, que é a renda normal de uma pessoa.

A quantidade demandada de um bem ou serviço é influenciada por alguns fatores, como: (a) preço do bem ou serviço, (b) gostos e preferências; (c) renda e sua distribuição; (d) preços de bens relacionados; (e) número de compradores e sua idade; (f) expectativas sobre preços, rendas e disponibilidades futuras; e (g) impostos, subsídios e regulamentações governamentais (MANKIW, 2014).

Mankiw (2014) sugere tais fatores como:

- A. Preço do bem ou serviço: Quantidade monetária que se troca por um bem ou serviço.
- B. Gostos e Preferências: As preferências se estabelecem por meio das diferenças individuais, da busca pela adaptação ou diferenciação da multidão e das características dos bens ou serviços em relação a estilo, qualidade e posição social.
- C. Renda e sua Distribuição: Se a renda de um indivíduo crescer, a demanda por bens de alta qualidade tende a aumentar também. Os bens que se relacionam positivamente com a renda são bens normais, a maioria dos bens e serviços são deste tipo, como por exemplo produtos de luxo que são sensíveis a mudanças de renda, como férias em hotéis, compra de joias, entretenimentos ao vivo e iates. No caso de uma família pobre, quando sua renda aumenta, a demanda por bens inferiores diminui, como sabão em pedra, carros usados e tipos inferiores de feijão. Já os bens que não sofrem variação em função da renda são denominados como bens de consumo saciado.
- D. Preços de Bens relacionados: Além do preço do bem, os preços dos bens relacionados também influenciam a demanda, embora geralmente são fracos substitutos entre si. Os bens complementares tendem a serem consumidos em conjunto por conta de uma necessidade técnica ou tradição e costume do consumidor, portanto, o aumento do preço de um gera uma redução de demanda do outro. Os bens substitutos são concorrentes entre si pois podem substituir o consumo do outro, a relação da demanda de um é a inversa do outro.

- E. Número de compradores e sua idade: Com o crescimento da população, o número de potenciais compradores também se expande, e assim, aumenta a demanda de mercado para a maioria dos bens e serviços. A estrutura etária dos consumidores é um fator importante, como por exemplo, com o aumento da expectativa de vida a demanda por grupos de retiro e serviços médicos tem aumentado.

- F. Expectativas sobre Preços, Rendas ou Disponibilidades: A expectativa de falta de produtos ou de aumento de preços em um futuro próximo gerada pelos consumidores, pode aumentar o consumo de produtos não-perecíveis agora.

- G. Impostos, Subsídios e Regulamentações: O comportamento do agente coletivo público também influencia a demanda pois da perspectiva do comprador, a demanda é a relação entre a quantidade comprada e preço pago. Já para os vendedores, a demanda é a relação entre a quantidade vendida e o preço recebido.

2.3. A indústria de cosméticos

De acordo a ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos) (2016) o setor teve uma evolução nos últimos 20 anos com um crescimento médio deflacionado composto próximo a 11,4%. Muitos fatores influenciam estes números, como por exemplo, a participação crescente da mulher brasileira no mercado de trabalho, o aumento da expectativa de vida, que traz a necessidade de conservar uma impressão de juventude e cuidar de seu bem-estar, o lançamento constantes de produtos, atendendo cada vez mais às necessidades do mercado, a utilização de tecnologia, gerando aumento da produtividade e favorecendo os preços praticados pelo setor que tem aumentos menores do que a economia no geral e uma cultura cada vez mais voltada para a saúde e bem-estar, que vem fazendo o público masculino incorporar o uso de produtos do setor.

A tabela a seguir compara a evolução do Produto Interno Bruto (PIB), com a da indústria em geral e com os índices do setor de cosméticos, evidenciando que até 2014 o setor teve um crescimento mais significativo que o restante da indústria nacional. Porém, em 2015 com o aumento do IPI no mês de maio e com a recessão econômica do país, que aumentou o desemprego e gerou certa insegurança no consumidor, o setor retraiu 9% pela primeira vez nos últimos 23 anos. (ABIHPEC, 2016)

Tabela 1 – Comparativo da variação anual do PIB, da Indústria em Geral e do Setor Deflacionado de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

Varição Anual (%)			
Ano	PIB	Indústria Geral	Setor Deflacionado
2006	4,0	2,8	15,0
2007	6,1	6,0	9,4
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	-3,6	-8,3	-9,3
Médio Composto últimos 10 anos	2,4	0,3	6,6

Fontes: IBGE – Banco Central / Deflator: Índice IPC Higiene e Beleza.

Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (2016), no Brasil existem um total de 2.613 empresas regularizadas na ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), sendo que 20 são de grande porte, com faturamento líquido de impostos acima dos R\$200.000.000,00 (duzentos milhões de reais) e representam 20% do faturamento total do setor. Estas empresas estão espalhadas pelas cinco regiões do país, sendo 52 empresas na região Norte do Brasil, 183 empresas na região Centro-Oeste, 280 empresas na região Nordeste, 1.598 empresas na região Sudeste e 500 empresas na região Sul. O setor contribui consideravelmente para a movimentação econômica do Brasil, investindo 2% da receita em pesquisa e desenvolvimento, sendo assim o segundo setor industrial que mais investe em inovação e além disso, é o primeiro setor que mais investe em publicidade no país.

Em termos globais, o Brasil ocupa a quarta posição, representando 7,1% do consumo mundial. O setor de higiene pessoal, perfumaria e cosmético alcançou um crescimento médio composto nos últimos dez anos de 4,2% ao ano nas exportações e de 14,5% ao ano nas importações. Em 2015, em função da desvalorização do real, o déficit da balança comercial foi menos que em 2014, gerando uma queda na exportação de 10,3% e na importação de 14,5%. Este foi um ano difícil para o setor por conta de uma série de medidas tributárias aliadas ao cenário político econômico desfavorável. O aumento do IPI e do ICMS resultou em

uma queda nas vendas, esta é a primeira vez em 23 anos que a indústria brasileira de higiene pessoal, perfumaria e cosmético retrai e não desponta como líder em categorias importantes para a manutenção da saúde e bem-estar. (ABIHPEC, 2016)

Segundo a ANVISA (2016) cosméticos são preparações constituídas por substâncias naturais ou sintéticas, de uso externo nas diversas partes do corpo humano, como pele e sistema capilar, com o objetivo exclusivo ou principal de limpá-los, perfumá-los, alterar sua aparência, corrigir odores corporais, protege-los ou mantê-los em bom estado. Existem tipos diferentes de cosméticos, como maquiagens, cremes corporais (firmadores, anti-estria, anti-celulite, hidratantes e outros), produtos capilares (xampu, condicionadores, máscaras de hidratação, óleos reparadores, protetores térmicos e outros), cremes faciais (anti-idade, antirrugas, de limpeza, hidratantes e outros). Entre os anos de 1994 e 2016 (período de vigência do Plano Real) a demanda por estes produtos cosméticos, por consumidores das classes C e D do Brasil, cresceu, em média, mais de 10% ao ano. Dentre estes tipos de cosméticos, a demanda que mais cresceu neste período foram os produtos capilares (em média 15% ao ano), seguido pelos cremes faciais (em média 14,2% ao ano), maquiagens (em média 12% ao ano) e cremes hidratantes corporais (11% ao ano). Tratando-se especificamente da cidade de São Paulo, que é objetivo deste estudo, o crescimento foi ainda maior. Neste mesmo período citado acima a demanda por cosméticos cresceu mais de 13% ao ano, em média, no período do Plano Real. Na cidade, a demanda de produtos capilares cresceu em média 18% ao ano, a de maquiagem cresceu em média 16,5% ao ano, a de cremes faciais cresceu em média 14% ao ano, e por fim, a de cremes corporais cresceu em média 12% ano.

2.4. As classes C e D

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2016), à partir do dia um de janeiro de dois mil e dezessete entre em vigor a Lei nº 13.152/2015 que determina que o valor do salário mínimo é de R\$937,00 (novecentos e trinta e sete reais).

As faixas de rendas salariais são classificadas em seis classes. A classe E é composta por aqueles que possuem renda de até 01 (um) salário mínimo, ou seja, de R\$0 (zero reais) a R\$937,00 (novecentos e trinta e sete reais). A classe D é composta por aqueles que possuem renda de 01 (um) até 03 (três) salários mínimos, o que representa os valores de R\$937,00 (novecentos e trinta e sete reais) a R\$2.811,00 (dois mil e oitocentos e onze reais). A classe C é composta por aqueles que possuem renda de 03 (três) a 05 (cinco) salários mínimos, de R\$2.811,00 (dois mil e oitocentos e onze reais) a R\$4.685,00 (quatro mil e seiscentos e oitenta e cinco reais). A classe B é composta por aqueles que possuem renda de

05 (cinco) a 15 (quinze) salários mínimos, de R\$ R\$4.685,00 (quatro mil e seiscentos e oitenta e cinco reais) a R\$14.055,00 (quatorze mil e cinquenta e cinco reais). A classe A é composta por aqueles que possuem renda de 15 (quinze) salários mínimos ou mais. Este estudo concentra-se em pesquisar as classes C e D da Região Oeste do município de São Paulo. (IBGE, 2017)

2.5. Procedimentos metodológicos

2.5.1. Técnica de pesquisa

Nesta pesquisa a população foi composta pelos consumidores de baixa renda do Estado de São Paulo. A amostra, pelos consumidores das classes C e D da região Oeste do município de São Paulo. Assim foram entrevistadas 161 pessoas físicas, em Terminais de Ônibus e Estações do Metrô na Região Oeste de São Paulo. Adicionalmente cerca de 13 pessoas foram amostradas de forma eletrônica por um questionário *online* no Google Docs.

Foi adotada a Metodologia de pesquisa quantitativa descritiva e foram entrevistadas pessoas com base em um questionário de 17 questões. As questões possuem alternativas segundo a Escala de Likert de 10 pontos, correspondendo o nível mínimo (zero) “discordo totalmente” e o nível máximo (10) “concordo totalmente”. O objetivo foi o de buscar minimizar o erro de medida ao buscar transformar em números a percepção pessoal dos entrevistados. Os dados foram tratados por uma fatorial exploratória pelo SPSS. Para tratar os dados foi adotada a técnica de uso da fatorial pelos autores Corrar, Paulo e Dias Filho (2007).

Hipótese Geral: A recuperação do poder aquisitivo dos consumidores das classes C e D da região Oeste de São Paulo influenciou positivamente na demanda de bens de cuidados pessoais após a implantação do Plano Real.

Plano Amostral:

- a) População: Consumidores de baixa renda da região Oeste do município de São Paulo.
- b) Amostra: Foram amostrados cerca de 175 pessoas físicas, em Terminais de Ônibus e Estações do Metrô na Região Oeste de São Paulo.

Técnica de pesquisa: Os dados levantados serão tratados por uma Fatorial Exploratória. Além dos indicadores tradicionais foi estimado o Alfa de Cronbach para validar o instrumento de pesquisa. O objetivo é realizar uma Regressão com os escores gerados pela fatorial. A Fatorial isola os “Escore” (fatores) dos efeitos de multicolinearidade na estimativa dos parâmetros da regressão.

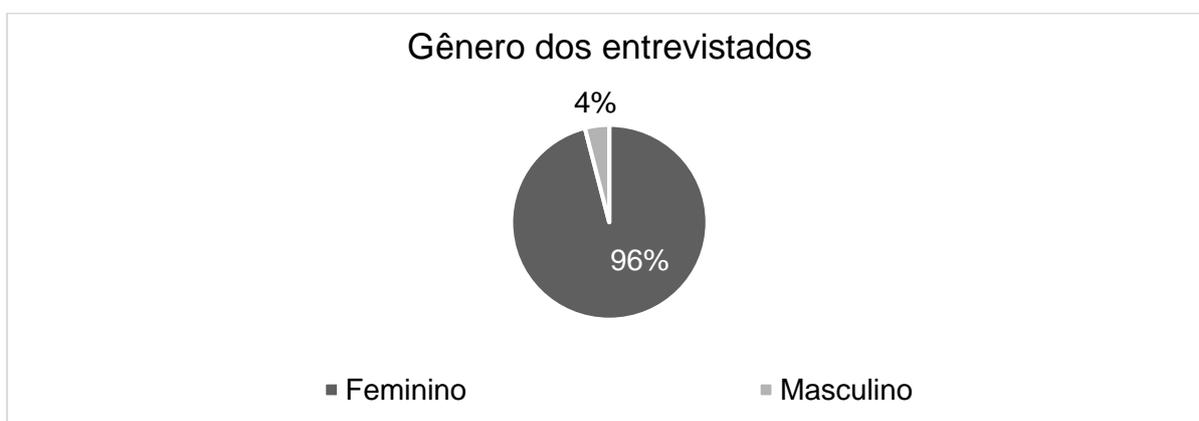
Essa metodologia foi escolhida, pois oferece uma margem de segurança maior e evita possíveis distorções de interpretação e análise dos resultados.

2.5.2. Resultados e discussão

2.5.2.1. Gráficos sobre a população entrevistada

A seguir, uma representação gráfica das quantidades e porcentagens do gênero dos entrevistados, feminino ou masculino. Pode-se observar que a maioria das pessoas entrevistadas é composta pelo gênero Feminino (96%) e a minoria pelo gênero Masculino (4%).

Gráfico 1 – Gênero dos entrevistados da Região Oeste do município de São Paulo das classes C e D.



Fonte: Questionário.

No gráfico a seguir são indicadas as quantidades e porcentagens das faixas etárias das pessoas entrevistadas na pesquisa deste estudo. Observa-se que as pessoas de 16 a 20 anos representam 10% dos entrevistados, de 21 a 30 anos representam 35%, de 31 a 40 anos representam 27%, de 41 a 50 anos representam 15%, de 51 a 60 anos representam 12% e de 60 anos ou mais representam 1% dos entrevistados.

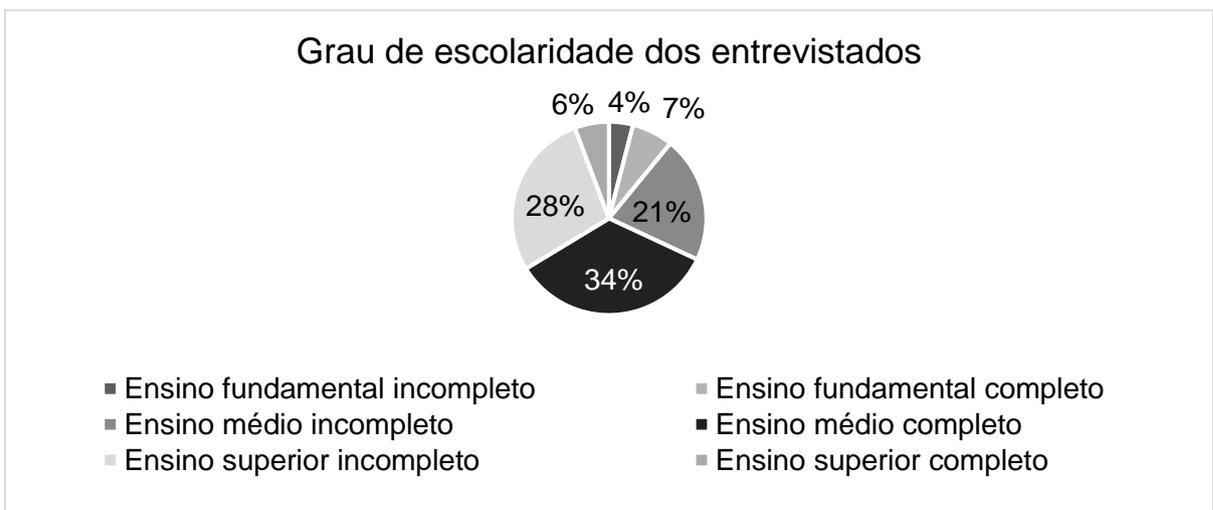
Gráfico 2 – Faixa etária dos entrevistados da Região Oeste do município de São Paulo das classes C e D.



Fonte: Questionário.

Na representação gráfica a seguir apresentam-se os graus de escolaridade dos entrevistados na pesquisa. Os resultados foram de que 4% dos entrevistados possuem Ensino Fundamental Incompleto, 6% possuem Ensino Fundamental Completo, 21% possuem Ensino Médio Incompleto, 34% possuem Ensino Médio Completo, 28% possuem Ensino Superior Incompleto e 6% dos entrevistados possuem Ensino Superior Completo.

Gráfico 3 – Grau de escolaridade dos entrevistados da Região Oeste do município de São Paulo das classes C e D.



Fonte: Questionário.

2.5.2.2. Análise dos resultados

A fatorial foi rodada segundo o roteiro de Corrar, Paulo e Dias Filho (2014). Com 17 variáveis os Índices foram favoráveis: KMO acima de 0,906 e Coeficiente de significância estatística abaixo de 1%.

Tabela 2 – Resultados SPSS: Análise KMO.

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,906	
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square	3252,544	
Sphericity	Df	136
	Sig.	,000

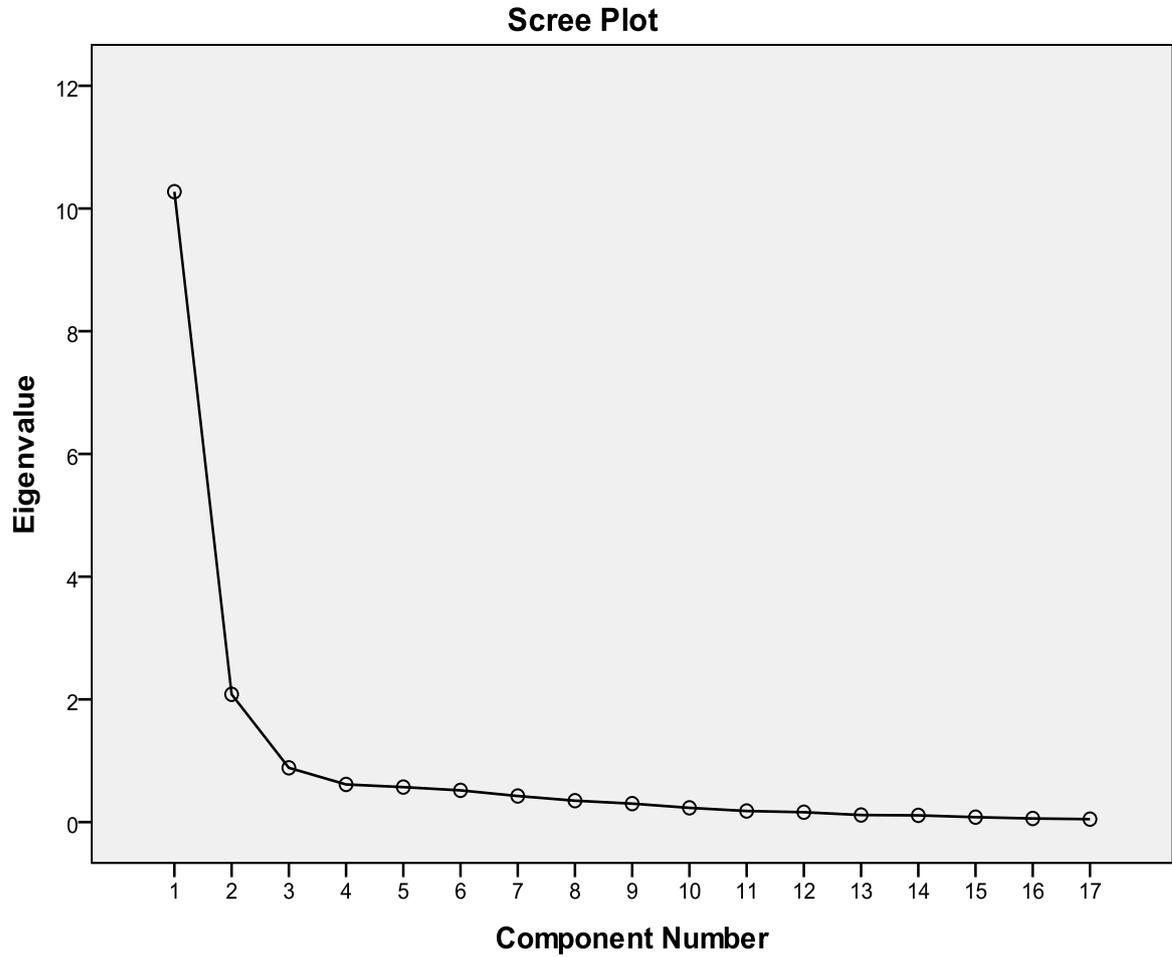
Fonte: SPSS.

2.5.2.3. Processo de redução de fatores

Foram realizadas análises buscando-se o número mais indicado de fatores a extrair:

- Autovalor > 1 = extrair 2 componentes principais;
- Variância extraída = extrair 2 componentes principais;
- Scree plot = extrair 2 componentes principais (tem 2 cotovelos).

Gráfico 4 – Representação gráfica dos autovalores associados aos Fatores 1 e 2 em ordem decrescente versus o número componente dos fatores.



Fonte: SPSS.

De acordo com a diagonal da Matriz de Correlação anti-imagem, todas as variáveis tiveram MSA acima de 0,8, assim todas foram mantidas na análise. O quadro a seguir mostra que o total variância explicada pelos dois fatores apontados foi de 72,68%.

Tabela 3 – Resultados SPSS: Total da variância explicadas pelos Fatores 1 e 2.

Total Variance Explained										
Component		Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
		Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
dimensi on	1	10,274	60,433	60,433	10,274	60,433	60,433	6,661	39,182	39,182
	2	2,082	12,248	72,680	2,082	12,248	72,680	5,695	33,498	72,680
	3	,884	5,202	77,882						
	4	,614	3,609	81,491						
	5	,570	3,353	84,845						
	6	,517	3,041	87,885						
	7	,425	2,499	90,385						
	8	,349	2,052	92,437						
	9	,301	1,770	94,207						
	10	,232	1,366	95,572						
	11	,181	1,062	96,635						
	12	,161	,946	97,581						
	13	,115	,677	98,258						
	14	,110	,644	98,902						
	15	,080	,471	99,373						
	16	,059	,346	99,719						
	17	,048	,281	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Fonte: SPSS.

O Alpha de Crombach, segundo Corrar, Paulo e Dias Filho (2014) avalia a consistência interna das respostas da pesquisa, aprovou o Fator 1 (0,96), mas reprovou o Fator 2 (-0,51), motivo pelo qual este foi excluído das conclusões, uma vez que o mínimo exigido é 0,60.

Tabela 4 – Resultados SPSS: Alpha de Crombach e Variância explicada dos fatores 1 e 2.

Fator	Alpha de Crombach	Variância explicada
1	0,956	0,394
2	-0,510	0,331
Todas as variáveis	0,750	0,725

Fonte: SPSS.

A seguir a matriz dos componentes principais, lembrando que nas conclusões foram consideradas as conclusões do Fator 1 (tabela abaixo, coluna da esquerda).

Tabela 5 – Resultados SPSS: Matriz dos componentes principais.

Component Matrix ^a		
	Component	
	1	2
1 - Consumo menos preços aumentam	-,791	,277
2 - Quando preço sobe não deixo consumo	,741	-,266
3 - Gostos e preferências influenciam consumo	,759	,374
4 -Maior renda consumo cosméticos melhor qualidade	,794	,324
5 - Maior renda consumo preços mais altos	,826	-,220
6 - Renda diminui reduz consumo	-,734	,534
7 - Renda classe C e D aumenta, cresce sua participação consumo	,857	,280
8 - Quero boa aparência consumo cosméticos e itens de vestuário	,867	,249
9 - Idade avança consumo mais cosméticos	-,728	,611
10 - Mais jovens consomem mais cosméticos	,824	-,279
11 - Idade avança tipo de cosmético de consumo é diferente	,793	,404
12 - Se cosmético preço maior amanhã, compro hoje	,773	,196
13 - Se cosmético em falta amanhã, compro hoje	,845	,321
14 - Se minha renda vai subir amanhã, consumo mais hoje	-,718	,483
15 - O aumento dos impostos nos cosméticos influenciam decisão de compra	,836	-,156
16 - Durante 1994 até 2014, aumentei consumo cosméticos	,786	,425
17 - Durante 2015 até 2016, diminui consumo de cosméticos	,450	,147

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Fonte: SPSS.

Considerando-se que o Fator 2 foi excluído, a análise de regressão foi descartada. A seguir a descrição completa de cada variável do Fator 1.

Tabela 6 – Descrição na íntegra das variáveis do Fator 1 consideradas na análise e conclusão dos resultados.

Variáveis	Fator 1: Descrição das variáveis na íntegra
X3	3 - Gostos e preferências influenciam no consumo de cosméticos
X4	4 - Quanto maior a renda, eu consumo cosméticos de melhor qualidade
X7	7 - Quando a renda da classe C e D aumenta, cresce sua participação no consumo de cosméticos
X8	8 - Quando quero ter uma boa aparência, eu consumo cosméticos e itens de vestuário (bens complementares)
X11	11 - Conforme a idade avança, o tipo de cosmético que eu consumo é diferente
X12	12 - Se eu sei que o cosmético estará com o preço maior amanhã, compro hoje
X13	13 - Se eu sei que o cosmético estará em falta amanhã, compro hoje
X16	16 - Durante o período de 1994 até 2014, aumentei o meu consumo de cosméticos

Fonte: SPSS.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Objetivo Geral foi o de investigar se “A recuperação do poder aquisitivo dos consumidores de baixa renda (Classe C e D) da região Oeste de São Paulo influenciou na demanda de bens de cuidados pessoais após a implantação do Plano Real?”. Com base nas respostas as questões X4 e X7 a pesquisa revelou sinais de que a participação das classes C e D cresceu contribuindo para aumentar a demanda por cosméticos. A variável X4 revelou que quando a renda cresce aumenta a demanda de cosméticos de melhor qualidade. A variável X7 revelou que quando a renda da classe C e D cresce a sua participação no consumo de cosméticos.

O primeiro Objetivo Específico proposto foi o de investigar se os consumidores de baixa renda (Classe C e D) da região Oeste de São Paulo tiveram elevação no seu poder aquisitivo. A pesquisa revelou sinais de que renda das classes C e D cresceu com base nas respostas da X16. A variável X16 revelou que o consumo de cosméticos cresceu no Plano

Real. A variável X7 diz que quando a renda cresce aumenta a participação das classes C e D no consumo de cosméticos.

O segundo Objetivo Específico foi o de investigar se a demanda de bens de cuidados pessoais pelos consumidores de baixa renda (Classe C e D) da região Oeste de São Paulo cresceu no período do Plano Real. A pesquisa revelou sinais de que cresceu a demanda de cosméticos no período. A resposta é dada pela variável 16, onde os respondentes admitiram que cresceu a demanda de cosméticos no Plano Real

O terceiro Objetivo Específico foi o de investigar que tipo de bens de cuidados pessoais, tiveram maior aumento de demanda pelos consumidores de baixa renda (Classe C e D) da região Oeste de São Paulo. A resposta foi obtida por meio de dados da ANVISA (2016) – Agência Nacional de Vigilância Sanitária – e o resultado é de que a demanda por este público no período de vigência do Plano Real cresceu e os tipos de bens que apresentaram os resultados mais positivos foram os produtos para cabelos e maquiagens, seguidos pelos cremes faciais e corporais.

As considerações aqui realizadas devem ter em conta certas limitações da pesquisa exemplo das seguintes: a) amostra não aleatória, por conveniência, limitada a indivíduos da região Oeste do município de São Paulo; b) respondentes amostrados por conveniência nas estações de metrô, terminais e pontos de ônibus e pela internet via Google Docs.

4. REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). (a) *Cosméticos: Conceitos e definições*. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/conceitos-e-definicoes>>. Acesso em 24 setembro 2016.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). (b) *Cosméticos: Notícias*. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/cosmeticos/noticias>>. Acesso em 24 setembro 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS (ABIHPEC). *Panorama do Setor 2016*. Disponível em: <<https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor-2016-2/>>. Acesso em 15 agosto 2016.

BAER, Werner. *A economia brasileira*. 2 ed. São Paulo: Nobel, 2002.

CARNEIRO, Ricardo. *Desenvolvimento em crise: a economia brasileira no último quarto do século XX*. São Paulo: Ed. UNESP, 2002.

CORRAR, Luiz; PAULO, Edilson; DIAS FILHO, José Maria. *Análise multivariada para os cursos de administração, ciências contábeis e economia*. São Paulo: Atlas, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Listas das Classes Sociais*. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 16 janeiro 2017.

GREMAUD, Amaury Patrick; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; TONETO JÚNIOR, Rudinei. *Economia Brasileira Contemporânea*. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2014.

MANKIW, Gregory. *Introdução à Economia*. 6. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

PIRES, Marcos Cordeiro. *Economia brasileira: da colônia ao governo Lula*. São Paulo: Saraiva, 2010.

Contatos: giovannadellab@gmail.com e jf.aguiar@uol.com.br