



X SALÃO DE PESQUISA SETREM

**SAPE**

PESQUISA PROMOVENDO DESENVOLVIMENTO

54ª SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

12ª MOSTRA ESTADUAL DE TRABALHOS DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO BÁSICA

12ª MOSTRA ESTADUAL DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

11ª JORNADA DE PESQUISA

8ª FÓRUM DE INOVAÇÕES E INICIAÇÕES TECNOLÓGICAS



Número do ISSN: 1981-2892

## **ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA DE UMA LOJA DE MODA ÍNTIMA FEMININA**

Trabalho de: TATIANE RAQUEL KEMPF (tatthy\_hz@yahoo.com.br), CLAUDIO FERNANDO WILLE (claudiowille@yahoo.com.br), ANI TAIS DA SILVA BAIERLE (anitaisb@yahoo.com.br).

Orientado por: LUÍS CARLOS ZUCATTO (luiszucatto@setrem.com.br).  
Faculdade Educacional Três De Maio – SETREM.

### **Resumo:**

O objetivo deste estudo é analisar a viabilidade econômica de se instalar no município de Horizontina – RS uma loja de moda íntima feminina. A importância deste estudo dá-se pelo motivo de a mulher nos dias atuais cada vez mais buscar sua valorização e autoestima que uma loja específica para elas pode proporcionar no ramo de moda íntima. Através de uma pesquisa de mercado foi constatado que na nossa região, as mulheres são muito vaidosas e que consideram a moda íntima muito importante para a sua autoestima e que investem neste segmento da moda, foi por esta razão que buscou-se um estudo de viabilidade econômica de implantação de uma loja neste segmento. Neste estudo se analisou as possíveis concorrências que esta empresa enfrentaria, os possíveis clientes, a estratégia de negócio e um plano de marketing – com uma pesquisa de mercado. Esta pesquisa de mercado foi feita através de um questionário contendo oito questões fechadas, de abordagem qualitativa, entregue aleatoriamente para trinta (30) mulheres com faixa etária acima de quinze anos, com perguntas relacionadas aos anseios das mulheres em relação à moda íntima, realizada no município de Horizontina. A teoria que embasa o estudo refere-se a tendências de marketing, conceitos de plano de negócio, onde foi realizado um plano financeiro projetado para poder-se ter uma DRE, um possível ponto de equilíbrio projetado para ver a viabilidade de implantação do estudo. Dos resultados encontrados percebe-se que mais de 60% das entrevistadas tem idade média de até 30 anos de idade, uma faixa salarial de até dois salários mínimos, onde a maioria, 47% levam em consideração o atributo qualidade como sendo mais importante e definitivo ao escolher e comprar uma peça de roupa íntima e com 23% a beleza da peça. Verificou-se que a mulher procura nas roupas íntimas, além de beleza, o conforto de uma peça, e que investem por este atributo, sendo que a frequência de compra é na maioria de dois meses dentre as mulheres entrevistadas. Portanto, verificou-se que seria viável a implantação de uma loja de moda íntima feminina na cidade de Horizontina.

**Palavras chaves:** Moda íntima, viabilidade e mulheres.

## **Referências:**

AAKER, David A. V. Kumar, George S. Day. Pesquisa de Marketing. 2ed. São Paulo. Atlas, 2004.

BLACKELL. Roger D, MINIARD, Paul W. ENGEL, James F. Comportamento do consumidor. São Paulo Pioneira Thamsom Learning,2005.

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos na Empresa. São Paulo: Atlas, 1994.

GÜLLICH, Roque Ismael da Costa; LOVATO, Adalberto; EVANGELISTA, Mário dos Santos. Metodologia da Pesquisa: normas para apresentação de trabalhos: redação, formatação e editoração. Três de Maio: Ed. SETREM, 2007.

LACOMBE, F. J; HEILBORN, G.L.J. Administração: princípios e tendências. São Paulo: Saraiva, 2003.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. Administração da Produção. 3, ed. São Paulo: Atlas, 2009.