



10º SIEPEX Salão Integrado de Ensino,
Pesquisa e Extensão da Uergs

20
anos



<http://pev-proex.uergs.edu.br/index.php/xsiepex/index>

ISSN do Livro de Resumos: 2448-0010

ANÁLISE DO MERCADO DA MODA *PLUS SIZE* NO MUNICÍPIO DE CACHOEIRA DO SUL-RS

Ana Lúcia dos Santos SEVERO¹; Estefani Sandmann de DEUS²

¹ Graduanda do curso de Administração, Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS), Unidade Cachoeira do Sul, ² Professora orientadora, Unidade Cachoeira do Sul, UERGS.

E-mails: ana.1983.ade@outlook.com.com; estefanideus@gmail.com;

Resumo

Este trabalho teve por objetivo principal analisar o mercado da moda *plus size* no município de Cachoeira do sul. Para abranger o objetivo proposto foi efetuada uma pesquisa exploratória, de caráter qualitativo e quantitativo, utilizando-se de uma pesquisa *survey*, pelo meio de um questionário, via *google forms*, para o público Cachoeirense. Utilizou-se, ainda de entrevistas feitas com proprietárias de lojas especializadas do município. Ainda foi realizada uma entrevista com a finalista do concurso *mis plus size* nacional do estado do R.S no ano de 2020. Os dados demonstraram uma carência do mercado da moda *plus size*, e a falta de opções de compra em lojas especializadas na moda *plus size* no comércio local, apesar do desejo desta inclusão em um mercado ainda voltado a padrões estéticos poucos diversificados que afeta os consumidores *plus size*, não os impossibilita o uso da moda *plus size*.

INTRODUÇÃO

Plus size diz respeito a tamanhos maiores, o termo é utilizado na área de moda para classificar pessoas que vestem peças de vestuário a partir do manequim 46. Embora por mais que tenha números atrativos, o mercado *plus size* ainda enfrenta muitos obstáculos, falta de matéria prima, modelagens, ideais, e ainda a presença de preconceitos. (SILVA, 2012)

Segundo Associação Brasileira de *Plus Size* (ABPS), poucos mercados crescem tanto quanto o de moda *plus size*. Não é à toa que, atualmente, o segmento, é bilionário em faturamento. Porém nem tudo é perfeito. De acordo com a pesquisa Ciência e Saúde, o crescimento da obesidade foi maior entre os adultos. Entre homens o sobrepeso é mais comum, mas a obesidade é ligeiramente maior nas mulheres: em 2018, 20,7% delas tinham obesidade, contra 18,7% dos homens.

O presente trabalho visa à análise mercado de moda *plus size* no município de Cachoeira do Sul. A partir do tema escolhido pretende-se analisar o mercado direcionado especificamente ao público alvo que veste a moda *plus size*, por saber que existe uma deficiência muito grande de mercado no município de Cachoeira do Sul, observa-se então a viabilidade do estudo para a analisar o mercado sendo que a demanda é maior que a oferta e como o número de lojas são muito poucas, as que trabalham neste segmento em específico, fica visível a viabilidade do estudo, para que seja explorado este nicho de mercado no município.



10º SIEPEX Salão Integrado de Ensino,
Pesquisa e Extensão da Uergs

20
anos



<http://pev-proex.uergs.edu.br/index.php/xsiepex/index>

ISSNdoLivrodeResumos:2448-0010

Segundo “IBGE, cadastro Nacional de Empresas, 2018”. O município de Cachoeira do Sul aparece com classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0) - 47.81-4 Comércio varejista do artigo do vestuário e acessórios com uma variável de 88 lojas físicas. Diante dos dados sabe-se que existe no município o mínimo de loja que trabalham com vestuário *plus size*.

Sabendo que a falta de opção de compra atinge com mais força às cidades do interior, onde o comércio local é mais seletivo, sendo muito insuficiente em qualidade e exclusividade principalmente neste ramo da moda *plus size*, e por outro lado a mídia incentivando o uso de roupas que fogem um padrão não real da sociedade, o estudo em questão quer analisar: como é o mercado *Plus size* na Cidade de Cachoeira do Sul?

Tendo em vista que pouco se tem discutido na literatura acadêmica sobre as lojas especializadas em público de tamanhos maiores, e com base no que foi apresentado, este estudo objetiva analisar a experiência de consumo de indivíduos gordos em lojas especializadas em moda *plus size*. (SOUSA; MELO,2017).

Somado a isto, a pandemia mundial do novo Corona vírus (Covid-19) obrigou a população do planeta a criar hábitos de consumo devido ao distanciamento social, utilizando-se das redes sociais como um os principais meios de compra e venda. Conforme Ingizza (2020), em notícia publicada na revista Exame, as vendas online no Brasil crescem 47% no 1º semestre, maior alta em 20 anos.

Cachoeira do Sul é localizada na região central do Estado do Rio Grande do Sul. O município é composto por 83.827 mil habitantes, sendo que 43.449 mil são mulheres e 40.378 homens segundo (IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Demográfico, 2010).

MATERIAIS E MÉTODOS

A caracterização de pesquisa deste trabalho será realizada na forma de uma pesquisa exploratória, e instrumentos quantitativo-qualitativa sendo uma maneira de coletar dados e informações do público em geral do município de Cachoeira do Sul através de questionários aplicados. Até atingirmos o público-alvo que será os consumidores/as *plus size*, para que a partir das respostas, as mesmas possam ser analisadas.

A pesquisa foi aplicada no final do primeiro semestre e início do segundo semestre de 2020, para respondentes localizados no município de Cachoeira do Sul. A coleta de dado foi composta por questões abertas e fechadas no *Google Forms* onde foi compartilhado nas principais redes sociais (face book, *Instagram e WhatsApp*). ‘Onde questões fechadas, os respondentes tiveram as opções para marcar suas respostas. E nas perguntas abertas, vão poder interpretar as respostas. De modo distinto,



<http://pev-proex.uergs.edu.br/index.php/xsiepex/index>

ISSNdoLivrodeResumos:2448-0010

um estudo transversal “avalia a mesma variável numa única mensuração, em grupos diferentes de sujeitos”. (APOLLINÁRIO, 2004, p. 151)

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Abordados os resultados da pesquisa realizada com os consumidores/ as, de moda *plus size* no município de Cachoeira do Sul, analisados e discutidos conforme os objetivos específicos: primeiramente foi analisado o perfil sócio econômico e demográfico dos consumidores. O número de respondentes foi considerado satisfatório com 410 respostas para a análise da pesquisa, onde foi obtido 345 respondentes femininas e 65 masculinos, sendo estes 97% mora no município de Cachoeira do Sul e 3% moram residentes em outras cidades.

Obteve se o resultado que é necessário para a análise da pesquisa onde 84% dos respondentes são do gênero feminino sendo 345 mulheres onde 168 usam *plus size* , os respondentes masculinos somam o restante da pesquisa com 16% do percentual, onde 65 homens responderam e apenas 21 usam roupas maiores a partir do 44 e 46 . Observou-se que quando se trata de mercado de moda de moda a maior parte das respostas são femininas.

Destas, 410 respostas onde são 365 femininos e 65 são masculinos. O tamanho de maior consumo, 40 ao 42 somando um total de 150 respondentes, e o 44 ao 46 somando um total de 99 respondentes, os tamanhos 36 ao 38 somou um total de 70 respondentes, seguido do tamanhos 46 ao 48 com 56 respondentes, a seguir já nos tamanhos 52 ao 54 com 32 respondentes, e nos tamanhos 56 ao 58 obtive 2 respondentes e acima de 58 apenas 1 respondente. Sendo assim obtive 189 respondentes que usam *plus size*, sendo estes 21 homens respondentes da pesquisa vestem a partir do 44 e 46, para 168 mulheres usam tamanhos *plus size*. Sobre a dificuldade em acessar roupas para o seu tamanho, 7% responderam que é roupas do dia a dia, 4% para as festas de casamentos, 17% pessoas para festas sociais, moda fitness 3%, em todas as ocasiões 25% respondentes que não usam *plus size* 44%. Atualmente, as pessoas são estimuladas a encarar a ditadura da beleza, da magreza e da saúde, como se fosse a única opção, cada vez mais o corpo vem sendo tratado como fator principal na boa convivência social, como se o ser gordo fosse errado e fora do padrão. (ALMEIDA; CANDIDO, 2014, p. 20).

Após, o histórico do mercado *plus size*. Posteriormente será com base nos resultados obtidos com as questões direcionadas a entender a pesquisa sobre o mercado da moda *plus size* no município de Cachoeira do Sul. Para realização do estudo foi aplicado o método de pesquisa *survey*, principalmente via questionário, ou guias de entrevista. Serão feitas, também algumas considerações



<http://pev-proex.uergs.edu.br/index.php/xsiepex/index>

ISSN do Livro de Resumos: 2448-0010

finais sobre a análise dos dados e uma reflexão final.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em uma sociedade em contínuo desenvolvimento no município de Cachoeira do Sul, na qual os consumidores que vestem plus size a desigualdade da moda é definida pela sociedade em um padrão de beleza não real ao que condiz ao todo da população Cachoeirense.

Por isso faz-se necessário levar para âmbitos acadêmicos a discussão de mais projetos de estudos que ajudem nessa igualdade, que venham a beneficiar os consumidores do município de Cachoeira do Sul, não somente algumas partes da população Cachoeirense, mas sim a todos aqueles que aqui habitam, visando como objetivo fazer com que o histórico *plus size* pesquisado ao longo do processo desperte maior interesse em futuros empresários de empreender no mercado da moda plus size no comércio local.

REFERENCIAS

APOLLINÁRIO, F. Dicionário de metodologia científica: um guia para a Produção do Conhecimento científico. São Paulo: Atlas, 2004.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Demográfico, 2010.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, Cadastro Central de Empresas, 2018. Disponível em <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6449>> Acessado em 15 de julho de 2020.

INGIZZA, Carolina. **Vendas online no Brasil crescem 47% no 1º semestre, maior alta em 20 anos.** Disponível em <https://exame.com/pme/e-commerce-brasil-cresce-47-primeiro-semester-alta-20-anos/>. Acesso em 30 de setembro de 2020.

SOUSA JÚNIOR, João Henriques de; MELO, Francisco Vicente Sales. **Moda “Só para Maiores”: Experiência de Consumo de Pessoas Obesas em Lojas Especializadas de Vestuário Plus Size.** *Revista Administração em Diálogo - RAD*, [S.l.], v. 20, n. 3, p. 110-123, set. 2018. ISSN 2178-0080. Disponível em: <<<https://revistas.pucsp.br/rad/article/view/37565>>. Acesso em: 11 jun. 2020.

SILVA, N. M. **O consumidor plus size como um novo padrão estético na moda contemporânea.** 2012. 58 f. Monografia (Pós-Graduação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.