

Estudo do desenvolvimento de uma roupa íntima unissex reutilizável para pessoas com incontinência urinária

Nahaden Hanacleto (UEM) nahaden.hanacleto@gmail.com
Gabrieli Araldi de Carvalho (UEM) gabrieliaraldi@hotmail.com
Marina de Oliveira Beloni (UEM) eng.marinabeloni@gmail.com
Bianca Herrera da Silva herrerabianca.a@gmail.com

Resumo:

O presente trabalho busca criar uma roupa íntima unissex reutilizável para pessoas com incontinência urinária a partir da análise das etapas necessárias para o desenvolvimento de um produto. Em função da atual necessidade do mercado e do aumento considerável de pessoas que sofrem, em alguma etapa de sua vida, problemas relacionados à incontinência urinária, inicialmente verificou-se a oportunidade de realizar um estudo acerca dos produtos disponíveis no mercado para esse público-alvo. Para isto foi elaborada uma pesquisa de mercado com o intuito de identificar, dentro da amostra coletada, a quantidade de pessoas que sofrem com esse problema e se elas têm conhecimento acerca de alguma roupa íntima confortável, discreta, reutilizável e com um preço acessível. Com base nessas informações, identificou-se a possibilidade de se desenvolver um produto com tais características (roupa íntima unissex para pessoas com incontinência urinária). Para isso, elaboraram-se análises embasadas em ferramentas como Matriz SWOT, *Project Model Canvas* e *Brainstorming*. A partir deste estudo, criou-se um primeiro protótipo da roupa íntima, com o intuito de concretizar a ideia inicial, porém, o mesmo segue ainda em fase de testes para aprimorar características e tecnologia. Deste modo, por meio do estudo aqui apresentado foi possível elaborar o projeto de um novo produto, buscando atender um mercado ainda pouco explorado.

Palavras chave: Desenvolvimento de produto, Incontinência urinária, Protótipo, Roupa íntima reutilizável.

Development's study of a reusable unisex underwear for people with urinary incontinence

Abstract

This work seeks to create a reusable unisex underwear for people with urinary incontinence from the analysis of the steps required to develop a product. Due to the current market needs and the considerable increase in people who suffer at some stage of his life, problems related to urinary incontinence, initially was noted the opportunity to conduct a study about the products available in the market to this audience. For this we created a market research in order to identify, within the collected sample, the amount of people who suffer from this problem and if they have knowledge about some comfortable underwear, discreet, reusable and affordable. Based on this information, it was possible to identify the opportunity to develop a product with such characteristics (unisex underwear for people with urinary incontinence). For this, prepared to informed analysis in tools such as SWOT Matrix, Model Project Canvas and Brainstorming. From this study, we created a first prototype of underwear, in order to realize the original idea, but it still follows in the testing phase to enhance features and technology. Thus, through the study presented here it was possible to prepare the design of a new product, seeking to meet a market still underexplored.

Key-words: Product development, Urinary incontinence, Prototype, Reusable underwear.

1. Introdução

Atualmente, e com uma recorrência cada vez maior, observa-se o envelhecimento da população, tanto mundial quanto brasileira. A explicação para tal fenômeno, denominado transição demográfica, se dá por meio de duas razões: o aumento da expectativa de vida, devido aos avanços constantemente alcançados pela medicina e maior e melhor acesso ao sistema de saúde e a diminuição das taxas de natalidade, devido ao aumento do uso de anticoncepcionais e métodos contraceptivos e também à preocupação das famílias em vista das dificuldades financeiras encontradas, entre outros (SAAD, 1990; MOREIRA & CARVALHO, 1992; e CAMARANO et al., 1999).

Ademais, segundo dados da ONU (Organização das Nações Unidas), estima-se que até 2050 o Brasil ocupará o quinto lugar no ranking de países com pessoas acima de 60 anos, ficando atrás apenas da China, Índia, Estados Unidos e Indonésia (GUIDUGLI, 2000).

Ligado ao fator ‘envelhecimento populacional’ está o aumento progressivo do número de pessoas com incontinência urinária, situação patológica em que, de acordo com a Associação Portuguesa de Urologia (2015), o indivíduo é incapaz de armazenar e controlar a saída de urina. As perdas involuntárias de urina podem ocorrer de diversas formas e em variados níveis, além disso verifica-se que o sexo feminino é o mais afetado pelo problema (33%, contra 16% dos homens, com mais de 40 anos) (APU, 2015).

Os níveis vão de leve a alto, e embora este problema atinja em maior parte pessoas idosas, adultos e crianças também estão sujeitos a apresentar o quadro. Por consequência, observa-se intimamente ligado o crescimento da indústria de fraldas e absorventes para pessoas com este tipo de problema, crescimento este de aproximadamente 20% ao ano segundo pesquisa realizada pela Nielsen Media Research (ASBRA, 2013).

No entanto, verifica-se a quase inexistência de produtos discretos, com design arrojado, confortáveis e que apresentem a característica de serem reutilizáveis. Deste modo, visando este nicho de mercado ainda pouco explorado, o presente estudo busca desenvolver uma roupa íntima para pessoas com incontinência urinária (de qualquer grau) que preze por: conforto, segurança, discrição, que possua considerável capacidade de retenção e que seja reutilizável.

2. Referencial Teórico

2.1 Incontinência urinária

Conforme definição da Sociedade Internacional de Incontinência, a incontinência urinária é a condição em que a perda involuntária de urina é um problema social ou higiênico e é objetivamente demonstrado. Além disso, acredita-se equivocadamente que este problema é decorrente e natural do envelhecimento, porém isto não é verdade, sendo elevada a chance de minimizá-lo ou resolvê-lo na maioria dos casos (REIS et al., 2003).

À doença estão relacionados diversos fatores de risco, como: raça, predisposição familiar, anormalidades genéticas, gravidez, parto, idade, obesidade, tabaco, atividades ocupacionais, menopausa, entre outros. Além disso, a incontinência urinária pode ser classificada em 5 tipos (APU, 2015):

Incontinência por esforço: Ocorre quando o indivíduo ri, tosse, espirra, faz algum exercício, se curva ou levanta algum peso. Neste caso os músculos do pavimento pélvico estão enfraquecidos e há uma pressão exercida sobre a bexiga. É observado majoritariamente em mulheres;

Incontinência por urgência ou imperiosidade: Ocorre repentinamente, em uma vontade súbita de urinar. Neste caso a bexiga apresenta súbitas contrações, causando urgência em urinar. Pode ocorrer em idosos, mas também em jovens, associado a doenças neurológicas ou sem causas identificáveis;

Incontinência mista: é a combinação da incontinência por esforço e da incontinência por urgência;

Incontinência funcional: causada por incapacidade do doente, em casos como demência, Alzheimer ou Parkinson;

Enurese noturna: é a perda de urina durante o sono. Ocorre tanto em crianças, quanto adultos.

2.2 Projeto de Produto

O processo de desenvolvimento de projeto de produto, segundo Baxter (2005), deve ser criado valorizando aspectos visuais, projeto de fabricação, necessidades do mercado, redução de custos, confiança e preocupação ecológica. Apesar de a inovação ser um fator vital para a sobrevivência das organizações, o desenvolvimento de novos produtos é também arriscado, e para isso se faz necessário o estabelecimento de metas, momento em que se verifica se o produto estará atingindo o objetivo proposto, se será bem aceito pelo consumidor e se terá preço condizente com sua própria realidade e com o mercado.

2.2.1 Premissas e Restrições

De acordo com o Guia PMBOK 4ªed., as premissas são fatores que se relacionam com o escopo do projeto, sendo eles assumidos como verdadeiros, certos ou reais, sem que haja a necessidade de comprovação ou demonstração - ou seja - são hipóteses ou pressupostos que o projeto deseje atingir, mas não é possível provar que eles serão, futuramente, reais (SOTILLE, 2012).

Ainda de acordo com Sotille (2012), restrições são limitações internas e externas ao projeto, associadas ao escopo, que podem restringir as atividades da equipe de gerenciamento do projeto afetando, consequentemente, o desempenho do mesmo. De modo geral, as restrições são requisitos obrigatórios, impostos pela organização ou pelo cliente, como, por exemplo, orçamentos, recursos, entre outros.

2.2.2 Matriz SWOT

A Matriz SWOT foi criada por Kenneth Andrews e Roland Cristensen, professores da Harvard Business School, com o intuito de analisar os pontos fortes, fracos, as oportunidades e ameaças de uma empresa. Basicamente, esta ferramenta busca criar a avaliação estratégica competitiva de uma organização segundo suas forças (*strengths*), fraquezas (*weaknesses*), oportunidades (*opportunities*) e ameaças (*treathnesses*), sendo as duas primeiras internas à organização, enquanto as duas últimas são externas. No momento em que os pontos fortes da empresa estiverem alinhados com os fatores críticos de sucesso para atender às necessidades do mercado, a empresa será competitiva a longo prazo (RODRIGUES et al., 2005).

Na Figura 1 está representada a Matriz SWOT.



Figura 1 – Matriz SWOT. Fonte: QuestionPro

Segundo Chiavenato e Sapiro (2003), sua função é cruzar as oportunidades e as ameaças externas à organização com seus pontos fortes e fracos.

2.2.3 Project Model Canvas (PMC)

De modo a facilitar a realização de projetos, foi criado pelo consultor e professor da Fundação Getúlio Vargas (FGV) José Finocchio Jr., um modelo de planejamento eficaz, fácil e bastante visual denominado Project Model Canvas.

Segundo Malachias (2013), em entrevista com o professor Finocchio

A metodologia tem aparência e mecânica simples: é preciso uma folha em formato grande (A1) e alguns bloquinhos de post-it. A ideia é que o gerente de projetos coordene uma espécie de *brainstorming* com os membros de sua equipe e o cliente para que todos construam juntos o início do processo, tendo ao mesmo tempo uma visão de conjunto sobre seus objetivos, fases, custos e benefícios.

De acordo com o SEBRAE (2015), o Project Model Canvas é a ferramenta mais utilizada para planejamento de projeto, devido a sua facilidade de interpretação/compreensão, como pode ser visto na Figura 2.

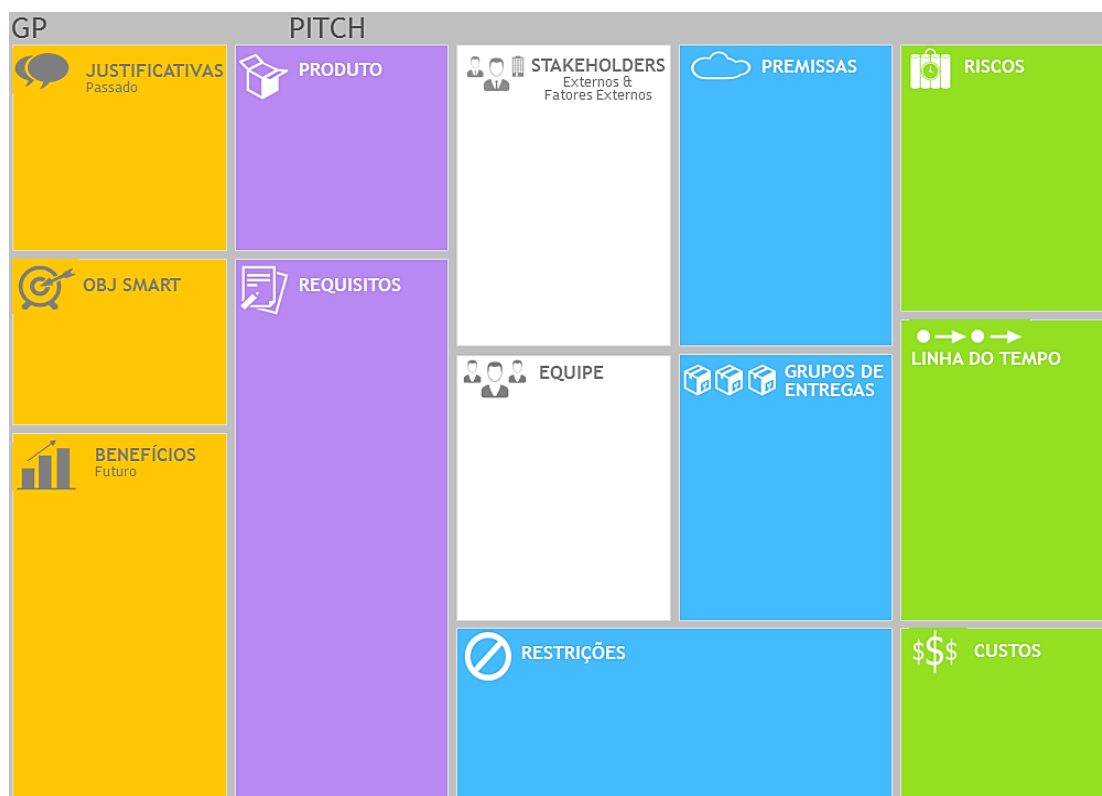


Figura 2 – Project Model Canvas (GUEDES, 2014).

De acordo com a Figura 2, é possível perceber que esta é uma metodologia de fácil visualização. Além disso, construí-la torna a realização do projeto bastante dinâmica e facilitada, uma vez que várias informações relacionadas ao mesmo, tais como premissas, restrições, riscos, requisitos, custos, entre outras, podem ser encontradas em uma mesma ferramenta.

2.3 Pesquisa de Mercado (Survey)

De modo a investigar o que, como, quanto ou por quê determinado acontecimento ocorre, utiliza-se a ferramenta de pesquisa Survey, a qual dá-se no momento presente ou recente e trata situações reais do ambiente, mas não possibilita determinar variáveis dependentes e independentes (FREITAS et al., 2000).

A ideia é que, através de um questionário elaborado previamente e focado no objetivo da pesquisa, seja feita a coleta de informações do público-alvo a respeito de um problema, acontecimento ou algo factual e, a partir disto, estratificar os resultados e quantificar de acordo com as classes respondentes. O método Survey proporciona que o pesquisador obtenha dados que dificilmente seriam extraídos através de outro método de forma científica, e ainda há possibilidade de mensuração e análise destes dados. A aplicação do método é muito forte nas áreas de marketing e ciências sociais e humanas, mas também é empregado nas áreas de exatas e engenharias (SILVA, 2013).

Neste trabalho, além da pesquisa online aberta, foram distribuídas pesquisas físicas em pontos diversos de uma cidade do interior do Paraná, como farmácias, academias e hospitais, visando obter resultados de diferentes tipos de público.

3. Metodologia

O presente estudo, focado em desenvolvimento do produto, procurou identificar as ferramentas necessárias para elaboração do projeto e produção do produto, além de tentar identificar a real necessidade do mercado atual. Deste modo, foram executadas as seguintes etapas para realização deste trabalho:

Elaboração de uma pesquisa de mercado estilo survey para identificar o mercado consumidor e as características essenciais dos possíveis consumidores;

Brainstorming com engenheiros têxteis para obter informações relacionadas aos tecidos e tecnologias adequados para fabricação do produto;

Criação de uma Matriz SWOT, com objetivo de identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do produto em questão;

Identificação das premissas e restrições por meio de um *brainstorming* para constituir o Project Model Canvas a ser elaborado, visando criar o planejamento do produto a ser desenvolvido;

Criação do protótipo inicial do produto, baseado em padrões de medidas para roupas íntimas visando maior discrição, praticidade e conforto.

4. Desenvolvimento do Produto

O presente trabalho tem como objetivo apresentar e descrever o desenvolvimento de um projeto de uma roupa íntima unissex para pessoas com incontinência urinária, estabelecendo por meta a criação de um produto capaz de reter razoável quantidade de líquido, além de apresentar conforto, discrição, praticidade, que seja reutilizável e que apresente preço competitivo no mercado.

A empresa hipotética fabricante da roupa íntima situa-se no segundo setor da economia, ou seja, é responsável pela transformação de insumos em produto industrializado. Os dados utilizados foram coletados a partir de pesquisas de mercado estilo survey, tanto online (através de redes sociais), quanto por meio de questionários físicos distribuídos de modo aleatório em comércios de uma cidade no interior do Paraná, buscando-se determinar a existência e especificação de um público alvo. Atividades de *brainstorming* com engenheiros têxteis também guiaram a elaboração deste trabalho. Buscou-se abranger a área de desenvolvimento de produto (planejamento, público alvo, nicho de mercado, estratégia de negócio, empresa, entre outros) por meio da utilização de ferramentas auxiliares, como a Matriz SWOT, o Project Model Canvas (PMC), *Brainstorming* e Pesquisa de Mercado estilo Survey.

A análise dos dados coletados, construção de protótipos e toda a execução do projeto do produto aqui abordada foram etapas realizadas de modo a se alcançar a maior verossimilhança da roupa íntima aqui criada com outras já comercializadas.

Inicialmente, realizou-se um questionário (pesquisa de mercado) para obter informações acerca dos possíveis consumidores e da aceitação do produto no mercado. Embora a pesquisa seja extensa de modo a garantir a quantidade das informações obtidas, os resultados mais expressivos estão listados de acordo com as perguntas abaixo:

a) “Você sofre ou conhece alguém que sofra de problemas relacionados à incontinência urinária?” – 60 % dos entrevistados afirmaram sofrer ou conhecer alguém que sofre com o problema, sendo esta uma porcentagem bastante expressiva para justificar o desenvolvimento do produto em questão;

b) “Se você conhece alguém que sofre de incontinência urinária, indique-nos o grau do problema: ” – 1,11 % dos entrevistados afirmaram possuir incontinência urinária de grau alto,

fator que exige o estudo de buscar desenvolver uma roupa íntima com alta capacidade de absorção;

c) “Existe algum produto no mercado, que você conheça, que seja discreto, confortável, prático, acessível e reutilizável?” – 25,56 % dos entrevistados afirmaram que não existe um produto deste tipo no mercado que eles conheçam. Embora a quota pareça baixa, 30 % dos entrevistados não responderam a esta pergunta, o que faz crer que quase metade da amostra não conhece uma roupa íntima unissex para incontinentes urinários com as características que se pretende alcançar;

d) “Você compraria uma roupa íntima reutilizável, discreta, confortável e de preço acessível?” – 66,7 % dos entrevistados afirmaram que comprariam uma roupa íntima com estas características, mais uma justificativa para estudo e possível viabilização de fabricação do produto;

e) “Qual é o seu sexo?” – 73,33 % dos entrevistados são do sexo feminino, confirmando os dados da Associação Portuguesa de Urologia (APU, 2015) apresentados na Introdução.

Portanto, visto que a Pesquisa de Mercado realizada justificou o estudo do desenvolvimento da roupa íntima unissex para pessoas com incontinência urinária, embora sem a necessidade de alta capacidade de retenção de líquido, prosseguiu-se o trabalho com a elaboração da análise SWOT para verificar a posição estratégica da empresa hipotética no ambiente em que esta se propõe a atuar. A Matriz SWOT elaborada está representada nas Figuras 3 e 4.

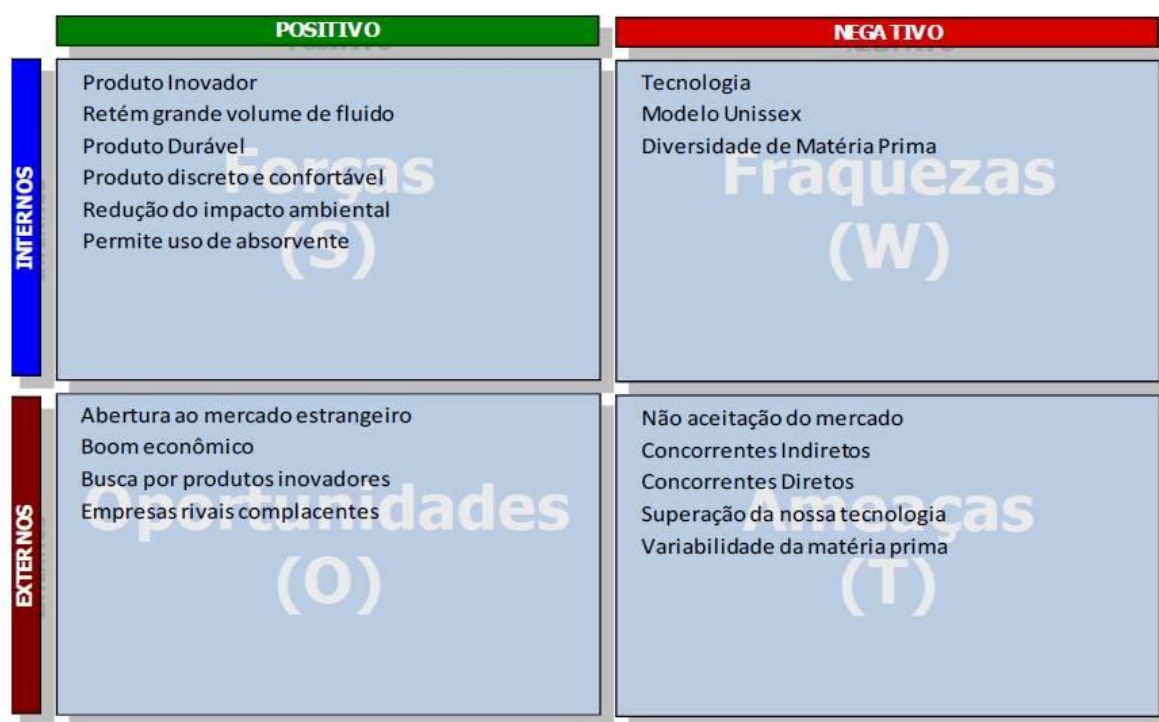


Figura 3. Matriz SWOT do produto estudado

Forças - vantagens competitivas internas	
# Vantagens	Descrição
1 Produto Inovador	Considerado assim por reter mais líquido que as calcinhas/fraldas comuns, sendo possível atingir pessoas com incontinência urinária alta.
2 Retém grande volume de fluido	Devido a sua tecnologia de absorção (SPA, absorvente geriátrico, tecido impermeável) consegue reter grande quantidade de líquido (≈ 400 mL > produto dos concorrentes) sem deixar vazar.
3 Produto Durável	O produto a ser desenvolvido tem a pretensão de ser reutilizável, ou seja, lavável.
4 Produto discreto e confortável	Devido aos tecidos utilizados e ao design pensado especialmente para não marcar sob a roupa e ser extremamente confortável (toque macio).
5 Redução do impacto ambiental	Devido a sua característica de ser reutilizável, e não descartável como muitos dos nossos concorrentes.
6 Permite uso de absorvente	O produto a ser desenvolvido permite a inserção de um absorvente (geriátrico ou normal), trazendo mais segurança ao usuário.
Fraquezas - vulnerabilidades da empresa	
# Fraquezas	Descrição
1 Tecnologia	Encontrar uma tecnologia que satisfaça aquilo que foi idealizado (pensado) pelos criadores.
2 Modelo Unissex	Adequação da roupa íntima a um modelo unissex, fazendo com que as medidas satisfaçam necessidades femininas e masculinas concomitantemente.
3 Diversidade de Matéria Prima	Grande variedade de matéria prima para a fabricação do produto.
Oportunidades - forças externas favoráveis	
# Oportunidades	Descrição
1 Abertura ao mercado estrangeiro	Possibilidade de expandir a comercialização para o exterior.
2 Boom econômico	Aumento do número de idosos devido às baixas taxas de natalidade e aumento da expectativa de vida da população.
3 Busca por produtos inovadores	Mudanças nas necessidades e gostos dos clientes, que podem fazer com que eles procurem produtos com mais qualidade e que atendam plenamente suas necessidades (fisiológicas, neste caso).
Ameaças - obstáculos externos	
# Ameaças	Descrição
1 Não aceitação do mercado	Risco de o produto não apresentar aceitação pelo mercado.
2 Concorrentes Indiretos	São eles: Plenitud (descartável), Big Fraldas (descartável), Higifral, ...
3 Concorrentes Diretos	São eles: Retex (reutilizável), Tena, ...
4 Superação da nossa tecnologia	Produtos futuros que superem a tecnologia desenvolvida pela Uritex.
5 Variabilidade da matéria prima	Variabilidade dos tecidos/tratamentos utilizados poderá fazer com que o produto apresente variação em sua qualidade final, o que caracteriza uma falta de padronização.

Figura 4 – Análise dos pontos da Matriz SWOT

Por meio das Figuras 3 e 4, é possível identificar os pontos positivos e negativos do desenvolvimento do produto em questão, quando em relação às empresas concorrentes e ao ambiente externo, e quando analisado em relação aos recursos disponíveis para sua fabricação, como a posse da tecnologia necessária ou o modelo que se adequa a ambos os sexos.

Deste modo, identificou-se a oportunidade de dar sequência à elaboração do projeto do produto em estudo, sendo desta vez necessário delimitar o escopo, objetivos, requisitos, premissas, restrições, *stakeholders*, riscos, custo estimado, entre outros quesitos. A Figura 5 é representativa do Project Model Canvas elaborado para criação da roupa íntima unissex.

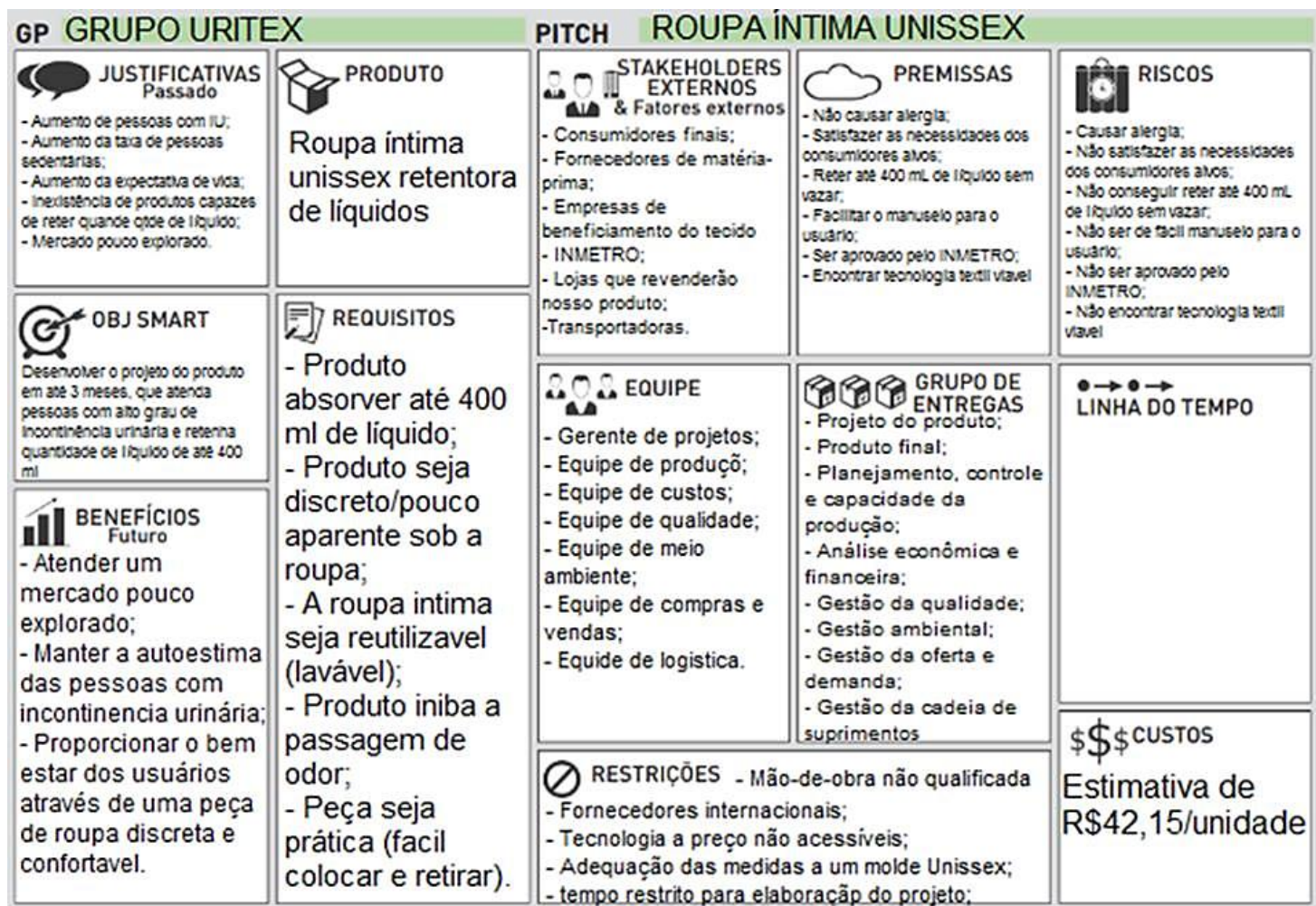


Figura 5 – Project Model Canvas para a roupa íntima unissex

Com auxílio da Figura 5 foi possível estabelecer pontos importantes para a elaboração do projeto de produto. Além disso, a criação do PMC permitiu uma visualização dinâmica e facilitada, colaborando com a concretização da ideia do produto concebida anteriormente.

5. Protótipo

A roupa íntima unissex criada a partir da necessidade encontrada no mercado baseou-se em um padrão de medidas utilizado para a fabricação de roupas íntimas. Buscou-se aliar tamanhos adequados para que a peça fosse considerada unissex à tecnologia de tecidos de absorção e retenção. É válido ressaltar que a roupa íntima desenvolvida apresenta compartimento que permite a colocação de um absorvente geriátrico para garantir a absorção e retenção de líquidos provenientes da incontinência urinária. Os materiais utilizados, assim como o custo total de fabricação (considerando uma demanda de 0,075 % do contingente de pessoas com incontinência urinária no Brasil) estão destacados na Figura 6.



FICHA TÉCNICA DETALHA DA ROUPA ÍNTIMA REUTILIZÁVEL TAMANHO M

Nível do item				Descrição do item	Modelo/Especificação	Consumo	Unidade	Custo unitário	Custo Total
Nível 0	Nível 1	Nível 2							
Roupa íntima	Parte Externa	Linha	100% poliéster	4200 metros	0,4	Metros	R\$ 0,00060	R\$ 0,000230	
			100% poliéster	4570 metros			R\$ 0,00200	R\$ 0,000650	
		Microfibr	90% poliamida e 10% elastano	RINRFxM	0,4197	Metros	R\$ 3,79000	R\$ 1,59	
		Cotton	80% algodão e 20% elastano	Rolo de 25 metros fornecido pela Metatex	0,4197	Metros	R\$ 10,75000	R\$ 4,51072	
		Etiqueta	100% poliéster 2929	ERINR2929	1	Unidade	R\$ 0,00130	R\$ 0,00130	
			100% poliéster 27136	ERINRQ27136			R\$ 0,00174	R\$ 0,00174	
			100% poliéster 24857	ERINRQ24857			R\$ 0,03000	R\$ 0,03	
		Elástico nº14	69% algodão e 31% látex 9mm	Rolo 100 metros	0,85	Metros	R\$ 0,34000	R\$ 0,30	
			69% algodão e 31% látex 9mm	Comprimento 10 metros			R\$ 0,44000	R\$ 0,37300	
		Elástico nº8	70% poliéster e 30% elastodieno	14,39/rolo	0,95	Metros	R\$ 0,15000	R\$ 0,14000	
			70% poliéster e 30% elastodieno	21,59/rolo			R\$ 0,22000	R\$ 0,20500	
	Fe chos	Linha	100% poliéster	4200 metros	0,2	Metros	R\$ 0,00060	R\$ 0,00012	
			100% poliéster	4570 metros			R\$ 0,00055	R\$ 0,00011	
		Velcro	70% poliéster e 30% nylon	25 metros	0,14	Metros	R\$ 0,68000	R\$ 0,09500	
			100% poliéster	25 metros			R\$ 0,93000	R\$ 0,13000	
		Botões	100% Derlin	1000 unidades cor branco	6	Unidade	R\$ 0,06000	R\$ 0,34500	
			Botões nº 12 cor branca	200 unidades			R\$ 0,08500	R\$ 0,51000	
		Colchetes	Ferro liquelado nº3	Tamanho 7 mm	3	Unidade	R\$ 0,09700	R\$ 0,29000	
			Ferro liquelado nº2	Tamanho 9 mm			R\$ 0,08000	R\$ 0,26000	
	Parte Interna	Neoprene (Tecido absorsor)	96% poliéster e 4% elastano	Malha Eventy	0,066	Metros	R\$ 106,67000	R\$ 7,04000	
		Cotton tratado (Conforto e flex)	80% algodão e 20% elastano tratado com partículas de nitrato de prata	Cotton 80% algodão e 20% elastano, fornecido pela Metatex tratado com partículas de nitrato de Ag	0,066	Metros	R\$ 16,06000	R\$ 1,06000	
		Linha	100% poliéster	4200 metros	0,4	Metros	R\$ 0,00060	R\$ 0,000230	
			100% poliéster	4570 metros			R\$ 0,00200	R\$ 0,000650	
Custo unitário para produzir uma peça URITEX tamanho M						R\$	15,34		

Figura 6 – Ficha técnica detalhada da roupa íntima unissex

A partir da Figura 6 é possível observar todos os componentes necessários para a fabricação da roupa íntima, assim como seu custo total de produção (R\$ 15,34), 63,6 % a menos do que o valor estimado inicialmente a partir do Project Model Canvas. O protótipo está representado na Figura 7.



Figura 7 – Protótipo da roupa íntima unissex

O protótipo construído buscou atender os requisitos preestabelecidos, porém, segue ainda em fase de testes para aprimoramento de sua tecnologia e possível substituição do absorvente geriátrico por um tecido absorsor e antibacteriano.

6. Considerações Finais

O presente estudo, baseado em desenvolvimento de produto, teve por finalidade desenvolver uma roupa íntima unissex para pessoas com incontinência urinária prezando por aspectos como conforto, discrição, durabilidade, entre outros. A partir do estudo do projeto do produto foi possível planejar a criação do protótipo: inicialmente, pesquisas de mercado tipo survey orientaram o trabalho a fim de determinar a existência de um público consumidor para a roupa íntima; a execução do *brainstorming* possibilitou à pesquisa criar a concepção do produto (tecidos, tamanhos, entre outros); por meio da Matriz SWOT foram traçadas as estratégias de mercado do produto, quais os pontos fracos a serem contornados, forças características, oportunidades a serem aproveitadas e possíveis ameaças às quais este item está sujeito. Assim, o objetivo inicial de criar a roupa íntima foi alcançado, sendo o primeiro protótipo fabricado de acordo com os requisitos preestabelecidos. Para melhorar o produto e possivelmente viabilizar sua produção está sendo dada continuidade à pesquisa e o protótipo segue ainda em fase de testes.

Referências

- APU – Associação Portuguesa de Urologia.** *Semana da Incontinência Urinária.* Mar., 2015. Disponível em: <http://www.apurologia.pt/incontinencia/incontinencia_2015/Dossie-da-Patologia-Inc-urinaria-2015.pdf>. Acesso em: 24 set. 2016.
- ASBRA – Associação dos Supermercados de Brasília.** *Cuidado especial.* 2013. Disponível em: <<http://www.asbra.com.br/noticia/cuidado-especial>>. Acesso em: 24 set. 2016.
- BAXTER, M. R.** *Projeto de Produto: Guia Prático para o Design de Novos Produtos.* 2. Ed. São Paulo: Editora Blücher, 2005.
- CAMARANO, A. A. et al.** *Como vai o idoso brasileiro?* Rio de Janeiro: IPEA, dez., 1999.
- CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A.** *Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações.* 1. ed. 13ª tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. Z.; MASCAROLA, J.** *O método de pesquisa survey.* Revista de Administração, São Paulo, v. 35, n. 3, p.105-112, jul./set. 2000.
- GUEDES, F.** *Simplifique e otimize o gerenciamento de projetos através do Project Model Canvas.* 2014. Disponível em: <<http://www.felipeguedes.com/pmcanvas-simplifique-e-otimize-o-gerenciamento-de-projetos/>>. Acesso em: 24 de set. 2016.
- GUIDUGLI, O. S.** *O mapa do envelhecimento demográfico no Estado de São Paulo.* In: Encontro Nacional de Estudos Populacionais, 12, Caxambu, 2000. Anais: Caxambu, ABEP, 2000.
- MALACHIAS, I.** *Project Model Canvas: Planejamento em uma folha.* Revista Mundo PM. Fev./mar., 2013. Disponível em: <<http://www.pmtch.com.br/Images/Canvas/artigo-PMCanvas.pdf>>. Acesso em: 16 de set. 2016.
- MOREIRA, M. M.; CARVALHO, J. A. M.** *Envelhecimento da população e aposentadoria por idade.* In: Encontro Nacional de Estudos Populacionais, 8, Brasília, 1992. Disponível em: <<http://www.abep.nepo.unicamp.br/docs/anais/pdf/1992/t92v02a14.pdf>>. Acesso em: 24 set. 2016.
- QUESTIONPRO.** *Análise SWOT como ferramenta para um planejamento de marketing.* Disponível em: <<https://www.questionpro.com/blog/pt-br/analise-swt-para-planejamento-de-marketing/>>. Acesso em: 24 set. 2016.
- REIS, R. B. et al.** *Incontinência urinária no idoso.* Acta Cirúrgica Brasileira, v. 18, Supl. 5, p. 47, 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/%0D/acb/v18s5/a18v18s5.pdf>>. Acesso em: 24 set. 2016.
- RODRIGUES, J. N. et al.** *50 Gurus Para o Século XXI.* 1. ed. Lisboa: Centro Atlântico, PT, 2005.
- SAAD, P.** *O envelhecimento populacional e seus reflexos na área da saúde.* In: Encontro Nacional de Estudos Populacionais, 8, Caxambu, 1990. Caxambu. Disponível em: <<http://www.abep.nepo.unicamp.br/docs/anais/pdf/1990/t90v03a13.pdf>>. Acesso em: 24 set. 2016.
- SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.** *Auxiliando você a criar novos modelos para seu empreendimento.* 2015. Disponível em: <<https://www.sebraecanvas.com/#/>>. Acesso em: 16 de set. 2016.
- SILVA, R. K. P.** *Método de pesquisa survey.* Revista Partes, São Paulo, v. 15, dez. 2013. Disponível em: <<http://www.partes.com.br/2013/12/09/metodo-de-pesquisa-survey/#.VyU0mfkrLtT>>. Acesso em: 15 set. 2016.
- SOTILLE, M.** *Diferenciando Requisitos, Restrições e Premissas.* Rio Grande do Sul, 2012. Disponível em: <http://www.pmtch.com.br/PMP/Requisitos_Restricoes_Premissas.pdf>. Acesso em: 16 de set. 2016.