

2 Metodologia

2.1. Tipo de Pesquisa e Delineamento

Para deixar o problema em evidência e até mesmo criar hipóteses, esta pesquisa foi dividida em duas etapas. Em um primeiro momento, foi projetada uma empresa que se enquadraria em um setor pouco explorado por pesquisadores no Brasil. Em seguida, foi feita uma pesquisa com algumas empresas brasileiras varejistas de capital aberto para que fosse possível estabelecer comparações.

Por se tratar de um problema no qual as informações são escassas, a pesquisa foi feita da seguinte forma: a) levantamento bibliográfico; b) coleta de dados com profissionais que trabalham neste segmento, no Rio de Janeiro e em São Paulo; e c) coleta de dados em balanços financeiros divulgados por empresas de capital aberto.

2.2. Coleta de Dados

A coleta de dados se deu, primeiramente, através de um levantamento bibliográfico das principais obras sobre o tema escrito nos últimos 5 anos. Foram consultados dados históricos, bibliográficos e estatísticos, artigos científicos, arquivos oficiais e imprensa em geral.

Nesta fase, foram coletados dados financeiros e mercadológicos do luxo no Brasil. Devido à inexistência de qualquer empresa brasileira de capital aberto que comercialize produtos de luxo, os dados foram obtidos através de entrevistas com profissionais deste ramo.

Por fim, as informações sobre as empresas com ações negociadas na bolsa de valores foram colhidas em seus balanços, que são divulgados periodicamente ao público e através de bancos de dados disponibilizados no *software* Económica.

2.3. Vantagens e Limitações da Metodologia

Por não haver uma empresa brasileira de capital aberto que comercialize produtos de luxo similares aos que foram apresentados no projeto, foi preciso criar uma empresa e projetar seus resultados para os próximos anos. Por se tratar de um projeto, foi preciso estimar um período muito longo para que fosse possível estabelecer um resultado factível com o de uma empresa madura.

Com isso, a comparação realizada foi entre empresas já consolidadas *versus* o projeto. Enfim, estimar um resultado para um período muito longo de uma empresa que não possui semelhantes no mercado foi o maior desafio.