

COLEÇÃO DE CALÇADOS E ACESSÓRIOS INFANTIS

Collection of children's shoes and accessories

Aires, Bárbara Santos; Bacharelado em Têxtil e Moda; EACH – USP,
ba_aires@hotmail.com

Aires, Bruna Santos; Bacharelado em Têxtil e Moda; EACH – USP,
bru_aires@hotmail.com

Bertolon, Patricia Andrade; Bacharelado em Têxtil e Moda; EACH – USP,
patricia.bertolon@usp.br

Okasaki, Aymê; Bacharelado em Têxtil e Moda; EACH – USP,
aymeokasaki@msn.com

Secomandi, Mariana Prado; Bacharelado em Têxtil e Moda, EACH – USP,
mariana.secomandi@gmail.com

Pires, Beatriz; Doutora, EACH – USP, beatrizferreirapires@usp.br

Vicentini, Cláudia Garcia; Doutora, EACH – USP, claudia.garcia@usp.br

Resumo

Neste trabalho desenvolveu-se uma coleção de calçados e acessórios infantis, seguindo metodologias de desenvolvimento de produto. Foram feitas pesquisas de público alvo, materiais e concorrentes. A coleção ambienta-se no tema “A Floresta Encantada” e a partir dela confeccionou-se um protótipo de um dos calçados.

Palavras-chave: Calçados, Infantil, Design

Abstract

This work has developed a collection of footwear and accessories for children, following methodologies for product development. Research was conducted to target audience, and competing materials. The collection environmentalist on the theme "The Enchanted Forest" and from this it was made a prototype of the shoes.

Keywords: Shoes, Infant, Design

Introdução

Este trabalho apresenta o desenvolvimento de uma coleção de calçados e acessórios infantis, bem como a confecção de um protótipo, para um público

dos sexos feminino e masculino, com idade entre quatro e seis anos.

Para o desenvolvimento de produtos existem metodologias que podem ser chamadas de atividade projetual ou processo de design, e consistem em uma abordagem interdisciplinar que se utiliza do marketing, da engenharia e do design (PIRES apud BAXTER, 2008). Segundo Löbach (2001), esse processo de design também pode ser definido como “um processo de resolução de problemas atendendo às relações do homem com seu ambiente”.

No processo de desenvolvimento dos produtos infantis é necessário o uso de metodologias específicas, adequadas ao público identificado. Devem ser levantadas informações a respeito do mercado-alvo, identificando as necessidades não só da criança usuária e influenciadora da compra, mas também de seus pais, os compradores dos produtos (RABELO; SILVA apud QUEIROZ, 2004).

Metodologia

Após a definição do público-alvo, formularam-se dois questionários quantitativos e qualitativos, um para as crianças e outro para os pais. Foram aplicados 40 questionários em shoppings da capital paulista e Grande São Paulo. Após a análise dos resultados foram feitas pesquisa dos concorrentes, estudo estrutural de um calçado infantil e pesquisa de materiais.

Para obter mais informações a respeito do público estudado, foi realizada uma pesquisa de observação visando melhor compreender a interação entre o usuário e o produto. Com base nas pesquisas realizadas, criou-se um painel semântico com o tema da coleção a partir de um desenho abstrato. Foram realizados 60 croquis (fig. 1), divididos em três categorias: calçados, bolsas e acessórios.

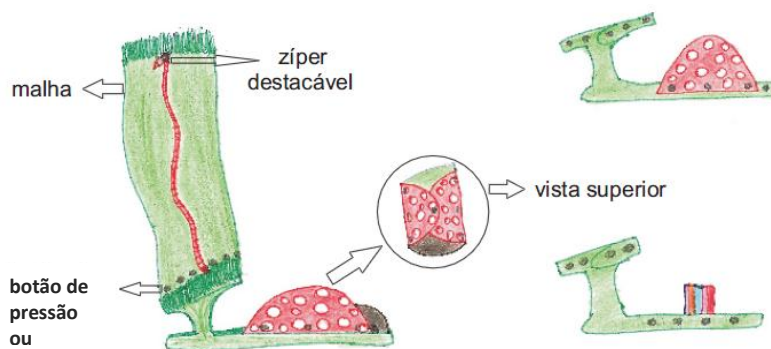


Fig. 1- Croqui do protótipo.

Um dos modelos da coleção foi selecionado para confecção de um protótipo. Sua confecção foi realizada manualmente utilizando os seguintes materiais: solado de chinelo, couro, tecido, velcro e zíper, com o auxílio de cola e linha de costura (fig. 2).



Fig. 2 – Protótipo do calçado.

Resultados e Discussão

A partir da análise dos dados obtidos tornou-se possível uma melhor compreensão e delimitação do público-alvo, crianças de 4 a 6 anos – os usuários dos calçados, e pelos pais – compradoras dos produtos. Como resultados foram obtidos os seguintes dados: a maior parte das crianças entrevistadas calçam 27 ou 28, são influenciadas por personagens, gostam de

azul escuro, de doces e animais, são influenciadas por personagens da televisão, escolhem seus próprios calçados e têm suas preferências na hora da compra consideradas importantes por seus pais, que por sua vez preferem calçados que possuam características infantis, que sejam confortáveis, de couro, com fechamento de velcro e solado de borracha. Além disso, constatou-se que a maior parte dos pais entrevistados compra em média mais de quinze calçados por ano e costumam pagar de R\$ 50,00 a R\$ 100,00 por cada par.

As criações foram baseadas no tema “A Floresta Encantada” (fig. 3), ambiente lúdico em que é possível encontrar animais falantes, fadas, duendes, árvores de doces, flores multicoloridas e chuva de cristais, de modo a aguçar os cinco sentidos ao longo da jornada para encontrar o baú do tesouro escondido.

A coleção desenvolvida conta com sessenta itens, dentre os quais vinte são calçados (sapatilhas, tênis, botas, sandálias e modelos multifuncionais); vinte dentre bolsas, mochilas e lancheiras e vinte acessórios (chapéus, guarda-chuvas, meias, capas de chuva e tiaras).

A unicidade e o diferencial da coleção estão no seu conceito de interatividade entre os produtos e a criança, possibilitando que esta entre em contato com seu calçado ou acessório, modificando-o, recriando-o e brincando com os seus elementos lúdicos, presentes na Floresta Encantada.



Fig. 3- Painel semântico do tema “A Floresta Encantada”.

Referências Bibliográficas

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial: bases para a configuração dos produtos.** São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de moda olhares diversos.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

SILVA, Fernando José; RABELO, Arnaldo Alves. **Desenvolvimento de produtos infantis a partir da segmentação do mercado.** FATEB, 2004. Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/informe-se/producao-academica/desenvolvimento-de-produtos-infantis-a-partir-da-segmentacao-do-mercado/71/> >. Acesso em: 25 outubro 2010.

.