

O MERCADO DE CALÇADOS FEMININOS E O CONFORTO: REALIDADE OU ESTRATÉGIA DE *MARKETING*

The Women's Footwear Market and the Comfort: *Reality or Marketing Strategy*

Borges, Bruna Giovana; Graduanda; Universidade do Vale do Itajaí,
bruna-gb@hotmail.com¹
Anselmo, Taiza Kalinowski; Mestre; Universidade do Vale do Itajaí
taiza@univali.br²

Resumo:

O calçado tem um lugar especial no guarda-roupa da mulher, porém muitos modelos ocultam requisitos básicos de conforto. Analisamos 16 marcas disponibilizadas no site do IBTeC que possuem o Selo de Conforto, visando reconhecer se as marcas utilizam este selo como estratégia de marketing, e verificando a coerência entre suas características físicas e a divulgação que promove o conceito de conforto.

Palavras chave: Calçados femininos; conforto; mercado.

Abstract:

Footwear has a special place in women's wardrobes, however many models hide basic comfort requirements. We analyzed 16 brands available on the IBTeC website that have the Comfort Seal, aiming to recognize if brands use this seal as a marketing strategy, and verifying the coherence between their physical characteristics and the promotion that promotes the concept of comfort.

Keywords: Women's footwear; comfort; market.

Introdução

Gradualmente a mulher foi conquistando espaço nas ruas, mesmo que fosse para acompanhar seu esposo aos compromissos sociais. Consequentemente levou à mulher a adotar maneiras próprias de se vestir e no calçar, agregando funcionalidades ao calçado que vão muito além da simples função de proteger os pés.

Talvez nenhum outro artigo que a gente use diga mais a nosso respeito - ou transmita uma mensagem tão poderosa - como os sapatos. E

¹ Acadêmica do Curso de Design de Moda da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI).

² Mestre em Design pela Universidade do Estado de Santa Catarina. Docente da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI).

estamos dispostos a pagar o preço para assegurarmos de que nossos pés sejam expressivos e estejam bem calçados (FISCHER-MIRKIN, 2001, p 187).

O design de sapatos de acordo com Choklat (2012), talvez seja o ofício mais antigo conhecido pela humanidade. Os sapateiros, eram os únicos que entendiam do processo de confecção deste produto sendo estes produzidos um a um com certa exclusividade, normalmente sob medida para cada cliente. Com o advento da tecnologia e mudanças sociais a confecção de calçados passou por adaptações, foram introduzidos os sistemas de produção em série.

Muitas marcas de calçados vêm apostando no conforto como um diferencial competitivo em seus produtos e buscam aplicar estratégias de *marketing* para comunicar ao consumidor seu diferencial. Com base nestas constatações, fora realizado a Pesquisa de Iniciação Científica subsidiada pelo Art. 170 da constituição do Estado de Santa Catarina, com o objetivo de analisar as marcas no cenário calçadista nacional do segmento feminino verificando a coerência entre suas características físicas e os materiais de divulgação promovendo este conceito. Para tanto, pretende-se conhecer as marcas nacionais de calçados femininos casuais que possuem produtos com foco principal no conforto e que são certificadas pelo IBTec³, compreender e analisar os requisitos do conforto em calçados das marcas identificadas através dos parâmetros encontrados na literatura científica e setorial e investigar o conjunto que compõe a promoção de vendas relacionando o apelo de *marketing* com o objetivo da marca: proporcionar um calçado com conforto.

2 Desenvolvimento da Pesquisa

O presente trabalho é caracterizado por uma pesquisa descritiva bibliográfica e a aplicação de uma análise paramétrica das marcas de calçados femininos que tem como foco principal o conforto. A pesquisa fora dividida em três fases. A primeira fase teve como foco o levantamento das teorias relacionadas ao calçado feminino e ao conforto, principalmente em periódicos científicos, publicações setoriais e livros. A segunda fase foi direcionada a pesquisa de levantamento das marcas de calçados do segmento feminino que

³ Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçados e Artefatos.

apresentam o conceito de conforto, utilizamos de meios eletrônico como sites e pesquisa de campo para melhor identificar as marcas. E a terceira fase foi realizado uma análise quantitativa perante os parâmetros dos calçados e seu produto, além do confronto de informações a cerca do *marketing* que evidencia o conforto no produto.

2.1 O calçado e o conforto

Mesmo com toda pesquisa e tentativa de adequação dos calçados aos nossos pés, é recorrente os problemas com o desconforto ergonômico do calçado. Gomes (2003) destaca alguns problemas a cerca do desconforto nos calçados, entre eles se destacam: Inadequação dos pés dentro do calçado; Inadequação do modelo (bico fino); Inadequação de materiais utilizados; Incompatibilidade do calçado para a função que ele foi confeccionado; Falta de numeração quebrada, levando ao usuário optar por outra numeração não adequada ou uso de palmilhas; Pouca disponibilidade de modelos acima do número 42.

Como uma forma de sanar os problemas com o desconforto nos calçados, a IBTeC e a ABNT⁴ criaram o Selo Conforto. As empresas passam pelos testes descritos pelas sete (7) normas técnicas e quando seus produtos recebem aprovação passam a utilizar o selo. Além de uma segurança para o consumidor, pode se transformar em um *marketing* bom para a marca (TECNICOURO, 2010).

2.2 As Normas de conforto

O Brasil foi o primeiro país a certificar seus calçados no quesito conforto, a partir de uma série de ensaios determinados pelas sete normas mencionadas anteriormente. Esse conjunto de normas promove a avaliações qualitativas e quantitativas, e estão relacionadas aos seguintes levantamentos: Norma NBR 14834 Conforto do calçado - Requisitos e ensaios, determina todos os procedimentos utilizados nos testes; Norma NBR 14835 avalia a massa do calçado; Norma NBR 14836 determina a distribuição de a pressão plantar durante o caminhar; Norma NBR 14837 avalia as variações de temperatura do pé; Norma NBR 14838 determinada a capacidade do calçado absorver o impacto nas superfícies; Norma NBR 14839 refere-se a determinação dos ângulos de

⁴ Associação Brasileira de Normas Técnicas

pronação do calcâneo durante a marcha; Norma NBR 14840 que estabelece o método para determinação dos níveis de percepção do calce e da avaliação de marcas/lesões (CIPATEX, 2007).

O selo de tecnologia do conforto é concedido ao produto que passou por todos os testes de conforto e alcançou pontuação equivalente ao previsto pelas normas. Porém, algumas marcas usam o argumento “conforto” apenas como estratégia de *marketing*, e nem sempre atendem as características mínimas de um calçado confortável.

2.3 Marketing

Com o fácil acesso à tecnologia o consumidor final se torna cada vez mais informado sobre os produtos existentes no mercado. Sabe-se que existem muitas ferramentas de comunicação, utilizado pelo marketing, porém nesta pesquisa a *Internet* foi escolhida como principal fonte de informação para o levantamento das questões propostas nos objetivos, pois as marcas de calçado são facilmente encontradas on-line, algumas apenas com sites sobre sua empresa e outras com sites para a comercialização de produtos diretamente do fabricante, chamado de e-commerce.

A Internet se torna aliada do marketing na promoção e propagação de seus produtos, além de se tornar parte da estratégia de identificação de concorrentes e novos nichos de mercado. Contudo, os canais de venda direta ainda são de extrema importância para a marca, proporcionando ao cliente a experiência de provar o calçado, vê-lo, ter a posse física imediata do produto.

2.4 As marcas de calçados femininos

Compreendendo a complexidade e abrangência do setor calçadista feminino nacional, foi realizada uma pesquisa em meio eletrônicos para a montagem de uma base de dados que serviu de referência para o artigo, esta pesquisa ocorreu no mês de agosto a outubro de 2015. O ponto de partida foi o *website* do IBTeC, onde estão listadas 17 marcas calçadistas do segmento feminino, apresentadas na página como sendo certificadas e autorizadas à utilização do selo de tecnologia do conforto (IBTEC, 2015). Todas as marcas utilizam de meios digitais e impressos para sua difusão e divulgações.

Após esta coleta inicial e com o intuito de elucidar a utilização do selo de tecnologia de conforto foi realizada uma pesquisa nos *websites* das 17 marcas encontradas. Essa pesquisa buscou identificar, se as marcas mencionam a existência da certificação em seu(s) produto(s), qual(is) os produtos ou linhas certificadas.

3 Metodologia da análise

A análise da pesquisa foi elaborada tendo como base a ferramenta de preparação intitulada Análise Paramétrica para explorar, expandir e melhor definir o problema (BAXTER, 2011).

Foram analisados apenas os aspectos quantitativos são expressos numericamente, como por exemplo: peso, medida, altura. Aspectos qualitativos não foram analisados nesta pesquisa, sendo proposta para futuros desdobramentos da mesma.

Nesta pesquisa os parâmetros serão avaliados de acordo com as informações disponibilizadas através do site das marcas e imagens dos produtos referenciados. As marcas que não apresentam especificamente o produto certificado passarão por uma avaliação mais genérica dos modelos disponíveis. Os itens a serem considerados como parâmetros foram : formato do bico do calçado, flexibilidade, altura do salto, segurança e estabilidade ao caminhar, pouca umidade interna, aumento da temperatura e boa distribuição da pressão plantar.

Utilizamos de uma tabela base para o agrupamento das informações contidas nos sites das respectivas marcas, conforme tabela 1.

Tabela 1: Linhas de produtos certificadas pelo IBTeC com o selo tecnologia do conforto, 2016.

MARCAS	CERTIFICAÇÃO	PRODUTOS
ALPARGATAS (marcas do grupo: Havaianas, Dupé, Topper, Mizuno, Rainha, Sete Léguas, Timberland, Osklen)	Nesta pesquisa será considerado as marcas Havaianas e Dupé. Não tem evidência de certificação sobre o conforto no site.	Sandálias de Dedo Não divulgado um produto ou linha específica.
BARBARÁ KRÁS	O selo aparece na aba inferior do site, sem grande relevância.	Linha de produtos variados Não divulgado um produto ou linha específica.
BOTTERO	Não tem evidência de certificação sobre o conforto no site.	Não divulgado um produto ou linha específica.

Fonte: Autoria própria, 2016.

3.1 Análise

Tendo como base a tabela 1 da análise paramétrica, referente a cada um dos parâmetros traçados, foram avaliados cada um dos parâmetros individualmente. Com relação ao item formato do bico do calçado, oito marcas apresentam em sua linha produtos com formato arredondado o que proporciona ao usuário liberdade dos dedos ao caminhar, neste quesito as marcas de destaque foram: NKS vulcanizados, Wirth, Bottero, Comfortflex, Picadilly, Soft works, Usaflex e Doctor Pé. As marcas Glória Pahs, Renata Della Vecchia e Bárbara Krás, apresentaram linhas variadas em suas coleções e não deixam claro nenhuma característica dos produtos quanto a este parâmetro. Os produtos das marcas Neorubber, Havaianas, Sugar Shoes e Grendene apresentam linhas de calçados com sandálias de dedo, promovendo a liberdade dos dedos ao caminhar.

A flexibilidade do cabedal é decorrência da utilização de materiais maleáveis na confecção dos cabedais e solados. A marca Comfortflex divulga em seu site a tecnologia que utiliza para tornar as linhas de calçados mais flexíveis, intitulada Tecnologia Ultra Soft, No site da marca Campesí consta a explicação a cerca da flexibilidade de seus produtos, que possuem sola flexível, aderente e macia.

A imagem de uma sapatilha flexionada é a página inicial do item tecnologia da marca Renata Della Vecchia. Foi encontrado no site da marca Usaflex a linha Care Joanete com indicações que os modelos possuem detalhes em material elástico. O site da marca Picadilly indica que seus produtos possuem maior flexibilidade. As marcas Gloria Pahs, Bottero, Doctor pé, Grendha, Havaianas, Sugar shoes, Neorubber, NKS Vulcanizados, Wirth, Soft Works não possuem em seus sites indicações ou imagens a cerca da flexibilidade em seus produtos.

Outro parâmetro avaliado foi à altura do salto. A marca Campesí apresenta em seu site uma nota explicativa sobre a conformidade em largura e altura para com o conforto. O calçado especial para Diabéticos da marca Doctor Pé apresenta o salto de aproximadamente 2 cm na frente e 4 cm atrás (relação Palmilha X Solo), informações que constam no site da marca.

A Linha Usaflex Care Pró-Conforto dispõe de saltos de 4,5 cm de altura em seus três produtos. A marca Piccadilly apresenta a informação sobre a altura do salto em seus produtos. No site da marca Bottero consta descrito a altura do salto em apenas alguns modelos. Comfortflex possui linha de calçados com 1,5 a 7 cm altura em seus saltos, dados informados no site da marca.

As marcas Barbara Krás, Grendha, Renata Della Vecchia, Gloria Pahs, Havaianas, Wirth, Sugar Shoes, NKS Vulcanizados e Soft Works não mencionam em seus sites a altura do salto de seus produtos.

A estabilidade e segurança são itens obrigatórios no quesito conforto, e são um dos parâmetros avaliados. A Neorubber, Havaianas, Sugar Shoes e Grendene apresentam em sua linhas calçados com modelos em que o cabedal cobre parcialmente o peito do pé, que possuem tiras que o mantém preso ao peito do pé. A linha especial para Diabéticos da Doctor Pé o calçado permanece no pé com sistema de fechamento por velcro. As demais marcas listadas não apresentam informações quanto a este parâmetro.

Na linha de produtos da Soft Works, é destacado o sistema de fechamento no calcanhar que proporciona segurança. Com linhas de calçados abertos, as marcas Neorubber, Havaianas, Sugar Shoes e Grendene permitem ao usuário uma experiência de liberdade e frescor aos pés, porém os sites não evidenciam esta questão.

A empresa Doctor Pé de acordo com seu site, o produto apresenta tecido espumado passível de absorver o suor. A marca Comfortflex possui microperfurações com agentes antibactericida. A Usaflex aponta a importância de os materiais promoverem esse controle da temperatura dos pés e a absorção do suor. A empresa Campesí em uma de suas linhas emprega o uso de tecidos leves. Muitas das marcas não informam sobre o material interno de suas linhas de calçados.

5 Considerações Finais

Esta pesquisa procurou analisar um conjunto de marcas no cenário calçadista nacional verificando a coerência entre suas características físicas e os materiais de divulgação promovendo o conceito de conforto. Com a utilização da análise paramétrica e o cruzamento dos aspectos quantitativos, pode-se concluir que o uso do termo conforto é recorrente, porém há a falta de

informações técnicas que reforcem que os mesmos atendem aos parâmetros de conforto. As marcas se utilizam de nomenclaturas próprias para o referenciamento ao conforto, tornando a busca pelo selo do conforto confusa ao usuário. A falta das limitações na busca por informações específicas dos produtos, torna algumas das considerações mais genéricas a cerca de determinadas marcas.

Tendo em vista a importância do selo do conforto no mercado calçadista nacional, a maioria das marcas não o utiliza ou não o enfatiza em seu site, sendo que o selo pode se tornar uma das estratégias do marketing da marca. A falta de maiores informações sobre o produto pode induzir o usuário à compra de um produto sem os devidos requisitos de conforto.

Referências

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto: Guia prático para o design de novos produtos**. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2011. Tradução: Itiro Iida.

CHOKLAT, Aki. **Design de Sapatos**. São Paulo: Senac São Paulo, 2012. 192 p. Tradução de: Ilka Santi.

CIPATEX EM MOVIMENTO: **Encontro de qualificação do mercado calçadista 2007** / [editor] Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçado e Artefatos. – Novo Hamburgo: IBTec, 2007. 198 p.: il. color.

FISCHER-MIRKIN, Toby. **O código do vestir: Os significados ocultos da roupa feminina**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. 244 p. Tradução de Angela Melim.

GOMES Filho, João. **Ergonomia do objeto: sistema técnico de leitura ergonômica**. São Paulo: Escrituras Editora, 2003 p.255.

IBTEC - Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçado e Artefatos. **Calçados Certificados**. 2015. Disponível em: <<http://www.ibtec.org.br/calçados/categoria/4>>. Acesso em: 10 set. 2015.

TECNICOURO: Campanha da Ramarim destaca inovação e criatividade. Novo Hamburgo: IBTec - Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçado e Artefatos, abr. 2009. Mensal.

TECNICOURO: Novas normas determinam o nível de conforto dos calçados e componentes. Novo Hamburgo: IBTec - Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçados e Artefatos, jun. 2010. Mensal. Ano 31 N°5.