

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

ALLAN CÉSAR MAESTÁ

**INOVAÇÃO DO DESIGN ERGONÔMICO NA PRODUÇÃO
DE VESTUÁRIO PARA FUTSAL**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA
2015

ALLAN CÉSAR MAESTÁ

**INOVAÇÃO DO DESIGN ERGONÔMICO NA PRODUÇÃO
DE VESTUÁRIO PARA FUTSAL**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Tecnológica Federal do
Paraná- UTFPR como requisito parcial para
obtenção do título de tecnólogo ao Curso Superior
de Design de Moda.

Orientadora Prof^a. M^a Mariana D. de Almeida

APUCARANA
2015



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do
Paraná
Câmpus Apucarana
CODEM – Coordenação do Curso Superior de
Tecnologia em Design de Moda



TERMO DE APROVAÇÃO
Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 155
Inovação do design ergonômico na produção de vestuário para futsal
por

ALLAN CESAR MAESTA

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos dezenove dias do mês de junho do ano de dois mil e quinze, às dezoito horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento de Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O candidato foi arguido pela banca examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a banca examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A) MARIANA DIAS DE ALMEIDA – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) GABRIELA MARTINS DE CAMARGO – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) CARLA HIDALGO CAPELASSI – EXAMINADOR(A)

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos que de certa forma me fizeram trilhar esse caminho com tantas incertezas e dúvidas, mas de forma prazerosa e agradável.

Aos meus pais por terem me educado de maneira equilibrada e sensata, por investirem tanto em mim sem pedirem nada em troca. Peço já perdão pelos meus momentos de desleixo, frieza e afastamento que este curso proporcionou em nossa vivência.

As minhas irmãs por me ajudarem sempre que possível mesmo estando à distância e que tempo escasso. Aos meus amigos de infância que entenderam esta nova etapa da minha vida e mesmo assim continuaram mantendo contato.

Aos meus amigos conquistados aqui, que tomaram conhecimento desse trabalho e sempre que foi solicitada ajuda não mediram esforços para que meus socorros fossem atendidos. Ao corpo de funcionários e a proprietária da empresa onde trabalho, por sempre abrirem um espaço para meus pedidos e compreenderem a minha situação, mesmo com pouco tempo de serviço prestado.

A meus colegas de classe que me ajudaram a chegar até aqui com sugestões e trabalhos em grupo, compreendendo as minhas limitações com alguns temas discutidos nesse curso. As minhas orientadoras e professoras, que dedicaram um tempo de suas vidas para me orientar, mesmo que o aluno em questão apresente tantos problemas nesse processo.

Entretanto há que eu gostaria de agradecer com mais intensidade a elaboração desse projeto. É para uma pessoa muito especial que sempre me apoio e ajudou de todas as formas possíveis e impossíveis, a minha namorada Georgia Tarricone. Desculpe pelas vezes que fui grosso com você, por ter feito você perder seus compromissos, por ter feito você se dedicar mais a mim do que a você mesma. Sem você eu certamente não teria conseguido realizar esse trabalho nem tantos outros projetos, que certamente sempre teve seu pontapé inicial. A você deixo minha dívida eterna de gratidão. Obrigado por ser

todas as pessoas em uma, amiga, mãe, filha, amante e companheira. Te amo muito. Meus agradecimentos a todos sem exceção.

RESUMO

MAESTÁ, Allan César. Inovação do Design Ergonômico na Produção de Vestuário para Futsal. 2015. 161 f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso II) – Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2015.

Este trabalho se baseou em pesquisas de tecnologias e materiais, para criar e confeccionar uma coleção de uniformes esportivos para a prática de futsal com um design ergonômico, através de recortes na modelagem respeitando as necessidades dos praticantes, além da aplicação de diferentes tecnologias têxteis, tais como tecidos tecnológicos e nanotecnologia. Através de pesquisas de público alvo, foi possível detectar quais os gostos e vontades dos consumidores e desenvolver uma coleção de uniformes de jogo, treino e roupas casuais. Baseada na versatilidade, conforto, desempenho e não menos importante, a estética. Assim, procurou-se trazer novidades no ramo esportivo e incentivar a prática do esporte.

Palavras Chave: Futsal. Design. Ergonomia.

ABSTRACT

MAESTÁ, Allan César. Ergonomic Design Innovation in the Production of Workwear Futsal. 2015. 161 f. Monograph (Work Completion Course II) - Degree in Fashion Design Technology, Federal Technological University of Paraná. Apucarana, 2015.

This work was based on research of technologies and materials, to create and develop a sport uniforms collection for soccer practice with an ergonomic design, through cutouts in modeling respecting the needs of practitioners , in addition to the application of different textile technologies such as technological fabrics and nanotechnology. Through target audience research it was possible to detect which tastes and desires of consumers and develop a collection of game uniforms, training and casual wear. Based on versatility, comfort, performance, and not least, aesthetics, job search bring news in the sports industry and encourage the practice of this sport.

Keywords: Futsal. Design. Ergonomic.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: A HISTÓRIA DO FUTEBOL.....	13
FIGURA 2: TIME NEWTON HEATH DE 1892	15
FIGURA 3: TIME FLAMENGO DE 1953	16
FIGURA 4: BAYER DE MUNIQUE DE 1976.....	17
FIGURA 5: RONALDO JOGANDO PELO INTERNAZIONALE DE MILANO ...	18
FIGURA 6: EVOLUÇÃO DO UNIFORME DA SELEÇÃO BRASILEIRA.....	18
FIGURA 7: TECNOLOGIAS APLICADAS AO VESTUÁRIO ESPORTIVO (CAMISA SELEÇÃO BRASILEIRA 2014)	19
FIGURA 8: TECNOLOGIAS APLICADAS AO VESTUÁRIO ESPORTIVO (CAMISAS SELEÇÃO DA ITÁLIA E ALEMANHA DE 2014).....	20
FIGURA 9: NANOTECNOLOGÍAS APLICADAS NA INDÚSTRIA TÊXTIL	24
FIGURA 10: FUNIL DE DECISÕES	25
FIGURA 11: MODELAGEM COM RECORTES	34
FIGURA 12: LOGOMARCA.....	37
FIGURA 13: TAG	40
FIGURA 14: EMBALAGEM	41
FIGURA 15: CARTÃO DE VISITA.....	41
FIGURA 16: PÚBLICO ALVO.....	42
FIGURA 17: EGONOMIA	43
FIGURA 18: FUTEBOL DE RUA.....	44
FIGURA 19: COLEÇÃO INVERNO/OUTONO 2015 MOSQUINO.....	45
FIGURA 20: PAINEL SEMÂNTICO	49
FIGURA 21: CARTELA DE CORES.....	49
FIGURA 22: CARTELA DE MATERIAIS	50
FIGURA 23: <i>LOOK 7 E 8</i>	52
FIGURA 24: <i>LOOK 9 E 10</i>	53
FIGURA 25: <i>LOOK 11 E 12</i>	54
FIGURA 26: <i>LOOK 13 E 14</i>	55
FIGURA 27: <i>LOOK 15 E 16</i>	56
FIGURA 28: <i>LOOK 17 E 18</i>	57
FIGURA 29: <i>LOOK 19 E 20</i>	58

FIGURA 30: <i>LOOK 21 E 22</i>	59
FIGURA 31: <i>LOOK 23 E 24</i>	60
FIGURA 32: <i>LOOK 25 E 26</i>	61
FIGURA 33: <i>LOOK 27 E 28</i>	62
FIGURA 34: <i>LOOK 29 E 30</i>	63
FIGURA 35: <i>LOOK 31</i>	64
FIGURA 36: <i>LOOK 1</i>	65
FIGURA 37: <i>LOOK 2</i>	66
FIGURA 38: <i>LOOK 3</i>	67
FIGURA 39: <i>LOOK 4</i>	68
FIGURA 40: <i>LOOK 5</i>	69
FIGURA 41: <i>LOOK 6</i>	70
FIGURA 42: FICHA TÉCNICA 001	71
FIGURA 43: FICHA TÉCNICA 001-1	72
FIGURA 44: FICHA TÉCNICA 001-02	73
FIGURA 45: FICHA TÉCNICA 001-03	74
FIGURA 46: FICHA TÉCNICA 002	75
FIGURA 47: FICHA TÉCNICA 002-01	76
FIGURA 48: FICHA TÉCNICA 002-02	77
FIGURA 49: FICHA TÉCNICA 002-03	78
FIGURA 50: FICHA TÉCNICA 003	79
FIGURA 51: FICHA TÉCNICA 003-01	80
FIGURA 52: FICHA TÉCNICA 003-02	81
FIGURA 53: FICHA TÉCNICA 003-03.....	82
FIGURA 54: FICHA TÉCNICA 004	83
FIGURA 55: FICHA TÉCNICA 004-01	84
FIGURA 56: FICHA TÉCNICA 004-02	85
FIGURA 57: FICHA TÉCNICA 004-03	86
FIGURA 58: FICHA TÉCNICA 005	87
FIGURA 59: FICHA TÉCNICA 005-01	88
FIGURA 60: FICHA TÉCNICA 005-02	89
FIGURA 61: FICHA TÉCNICA 005-03	90
FIGURA 62: FICHA TÉCNICA 006	91
FIGURA 63: FICHA TÉCNICA 006-01	92

FIGURA 64: FICHA TÉCNICA 006-02	93
FIGURA 65: FICHA TÉCNICA 006-03	94
FIGURA 66: FICHA TÉCNICA 007	95
FIGURA 67: FICHA TÉCNICA 007-01	96
FIGURA 68: FICHA TÉCNICA 007-02	97
FIGURA 69: FICHA TÉCNICA 007-03	98
FIGURA 70: FICHA TÉCNICA 008	99
FIGURA 71: FICHA TÉCNICA 008-01	100
FIGURA 72: FICHA TÉCNICA 008-02	101
FIGURA 73: FICHA TÉCNICA 008-03	102
FIGURA 74: FICHA TÉCNICA 009	103
FIGURA 75: FICHA TÉCNICA 009-01	104
FIGURA 76: FICHA TÉCNICA 009-02	105
FIGURA 77: FICHA TÉCNICA 009-03	106
FIGURA 78: FICHA TÉCNICA 010	107
FIGURA 79: FICHA TÉCNICA 010-01	108
FIGURA 80: FICHA TÉCNICA 010-02	109
FIGURA 81: FICHA TÉCNICA 010-03	110
FIGURA 82: FICHA TÉCNICA 011	111
FIGURA 83: FICHA TÉCNICA 011-01	112
FIGURA 84: FICHA TÉCNICA 011-02	113
FIGURA 85: FICHA TÉCNICA 011-04	114
FIGURA 86: FICHA TÉCNICA 012	115
FIGURA 87: FICHA TÉCNICA 012-01	116
FIGURA 88: FICHA TÉCNICA 012-02	117
FIGURA 89: FICHA TÉCNICA 012-02	118
FIGURA 90: FICHA TÉCNICA 013	119
FIGURA 91: FICHA TÉCNICA 013-01	120
FIGURA 92: FICHA TÉCNICA 013-02	121
FIGURA 93: FICHA TÉCNICA 013-03	122
FIGURA 94: FICHA TÉCNICA 014[.....	123
FIGURA 95: FICHA TÉCNICA 014-01	124
FIGURA 96: FICHA TÉCNICA 014-02	125
FIGURA 97: FICHA TÉCNICA 014-03	126

FIGURA 98: PRANCHA DO LOOK 1	127
FIGURA 99: PRANCHA DO LOOK 2	128
FIGURA 100: PRANCHA DO LOOK 3	128
FIGURA 101: PRANCHA DO LOOK 4	129
FIGURA 102: PRANCHA DO LOOK 5	129
FIGURA 103: PRANCHA DO LOOK 6	130
FIGURA 104: MODELO 1	131
FIGURA 105: MODELO 2	132
FIGURA 106: MODELO 3	133
FIGURA 107: MODELO 4	134
FIGURA 108: MODELO 5	135
FIGURA 109: MODELO 6	136
FIGURA 110: PÁGINA INICIAL.....	137
FIGURA 111: PÁGINA "MARCA"	138
FIGURA 112: PÁGINA CATÁLOGO	138
FIGURA 113: PÁGINA LOJA	139
FIGURA 114: CAPA CATÁLOGO	140
FIGURA 115: IMAGEM 1	141
FIGURA 116: IMAGEM 2	142
FIGURA 117: IMAGEM 3	142
FIGURA 118: IMAGEM 5	143
FIGURA 119: IMAGEM 6	144
FIGURA 120: IMAGEM 8	144
FIGURA 121: IMAGEM 10	145
FIGURA 122: IMAGEM 11	145
FIGURA 123: IMAGEM 12	146
FIGURA 124: IMAGEM 13	147
FIGURA 125: IMAGEM 14	148
FIGURA 126: IMAGEM 15	148
FIGURA 127: IMAGEM 16	149
FIGURA 128: IMAGEM 17	150
FIGURA 129: IMAGEM 18	151
FIGURA 130: IMAGEM 19	152

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: QUESTÃO 1.....	28
GRÁFICO 2: QUESTÃO 2.....	29
GRÁFICO 3: QUESTÃO 3.....	30
GRÁFICO 4: QUESTÃO 4.....	30
GRÁFICO 5: QUESTÃO 5.....	31
GRÁFICO 6: QUESTÃO 6.....	31
GRÁFICO 7: QUESTÃO 7.....	32
GRÁFICO 8: QUESTÃO 8.....	33

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
1.1 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	10
1.2 OBJETIVOS	11
1.2.1 Objetivos Gerais:	11
1.2.2 .Objetivos Específicos	11
1.3 JUSTIFICATIVA	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1 A HISTÓRIA DO FUTEBOL	12
2.2 A HISTÓRIA DO FUTSAL	13
2.5 O CRESCIMENTO NO MERCADO DO FUTEBOL AMADOR	14
2.3 EVOLUÇÃO DO VESTUÁRIO ESPORTIVO.....	15
2.4 TECNOLOGIAS INOVADORAS NO VESTUÁRIO.....	19
2.6 ERGONOMIA NO FUTSAL	21
2.6.1 Modelagem	21
2.6.2 Tecidos tecnológicos	22
2.6.3 Nanotecnologias.....	23
2.7 PROJETO DE PRODUTO.....	24
3 METODOLOGIA	26
3.1 INSTRUMENTOS DE PESQUISA	27
3.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS	27
3.2.1 Desenvolvimento da Modelagem	34
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO.....	36
4.1 EMPRESA.....	36
4.1.1 Nome da Empresa	36
4.1.2 Porte.....	36

4.1.3 Marca.....	37
4.1.4 Conceito da Marca	37
4.1.5 Segmento.....	38
4.1.6 Distribuição.....	38
4.1.7 Concorrentes.....	38
4.1.8 Sistema de Venda e Pontos de Venda.....	39
4.1.9 Promoção e Preços Praticados	39
4.2 MARKETING	39
4.3 APRESENTAÇÃO AO PÚBLICO	40
4.4 PÚBLICO ALVO	42
4.4.1 Perfil Consumidor	42
4.5 PESQUISA DE TENDÊNCIAS	43
4.5.1 Macrotendências (Socioculturais)	43
4.5.2 Microtendências (Estéticas)	44
4.6 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	45
4.6.1 Delimitação Projetual.....	45
4.6.2 Especificações do Projeto	46
4.7 PAINEL SEMÂNTICO	49
4.8 CARTELA DE CORES	49
4.9 CARTELA DE MATERIAIS.....	50
4.10 MIX DA COLEÇÃO	51
4.11 CROQUIS.....	51
4.11.1 Gerações Alternativas	51
4.11.2 Looks Escolhidos	64
4.12 FICHA TÉCNICA.....	71
5 PRANCHAS DOS LOOKS CONFECCIONADOS	127
6 SEQUÊNCIA DE ENTRADA DO DESFILE	131

7 PLANEJAMENTO DO DOSSIÊ ELETRÔNICO	137
8 PLANEJAMENTO DE CATÁLOGO	140
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	153
REFERÊNCIAS.....	154
ANEXO A – QUESTIONÁRIO APLICADO.....	157

1. INTRODUÇÃO

O futsal é um dos esportes mais praticados no Brasil. Essa modalidade de esporte, que teve como base o futebol, consiste em uma disputa entre duas equipes com cinco jogadores para cada lado do campo, que diferente do esporte de origem onde se joga na grama, tem o terreno feito de piso de cimento ou tábua corrida. Sendo assim, como o futebol necessita de maior número de jogadores e grande área de espaço, o futsal se tornou rapidamente a melhor maneira de se praticar um esporte.

Essa modalidade é praticamente uma escola para o futuro dos grandes jogadores de futebol, já que, com suas dimensões menores, eles aprendem o domínio de bola, a troca de passes, e o artifício que mais se destaca nos jogadores brasileiros entre os demais, o drible.

Considerando que o futsal possui praticamente as mesmas características que o futebol, os produtos apresentados no mercado não apresentam nenhuma diferença entre os uniformes desses dois esportes. Entretanto, existem diferenças significativas entre as modalidades, o futebol se joga na grama e o futsal que tem como terreno um piso duro de madeira ou cimento. Essas peculiaridades interferem diretamente no corpo do praticante.

De acordo com a publicação via *web* da conceituada revista *Runner's World Brasil (2010)*, o tipo de terreno interfere diretamente no desempenho do atleta. Mostram também que a grama absorve muito mais impacto do que os pisos rígidos. Estes devolvem todo o impacto em forma de uma reação pela força exercida pelo atleta, fazendo assim com que o corpo o absorva quase completamente podendo causar lesões.

As vestes atuais praticamente não consideram esses percalços, visto que praticamente todos os uniformes desenvolvidos não têm nenhuma forma de proteção, com exceções para os goleiros que têm bermudas com proteção nos joelhos e camisetas com proteção nos cotovelos.

Mesmo sendo um mercado em que a concorrência é intensa e que sofre abusivas campanhas de marketing, as principais marcas internacionais se aproveitam dos sucessos de seus produtos desenvolvidos para os campos e convencem o público de que têm a mesma qualidade adotada para as quadras. Ao

observar essa lacuna deixada pelas empresas concorrentes, a meta desse trabalho é criar uma coleção que desenvolva produtos com características de design, entre elas a ergonomia.

Portanto pretende-se elaborar um produto de qualidade para conquistar principalmente os jovens, que são os principais praticantes do futebol de salão. Foi também considerado que o produto tenha um custo mais acessível a todos os públicos, já que o futsal é um esporte de inclusão em que se aprendem muitos valores de trabalho em equipe e cidadania.

Nos capítulos a seguir a pesquisa tem como objetivo mostrar ao leitor as etapas para a criação do produto e as maneiras de viabilizá-la.

Nos primeiros capítulos da fundamentação teórica a pesquisa focou em mostrar a origem do esporte e as diferenças que apresenta com seu esporte de origem, o futebol. Observou-se essa necessidade para distinguir as especificações que cada um apresenta e o porquê de cada um apresentar diferenças em seus materiais esportivos.

Nos capítulos seguintes deu-se a importância da evolução das vestimentas no esporte e as novas tecnologias utilizadas nos materiais. Essa parte da pesquisa fez-se necessária para se avaliar os materiais utilizados nas confecções das peças e as tecnologias aplicadas.

Os capítulos posteriores mostram o crescimento deste mercado e as maneiras de viabilizar o projeto e argumentações que comprovem seu investimento na marca.

1.1 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

Como desenvolver uma coleção para a prática do futsal, que possa atender as necessidades dos esportistas, apresentando inovações que se destaquem em meio aos produtos já existentes no mercado?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivos Gerais:

Desenvolver uma inovadora coleção de artigos esportivos para o futsal, a partir de estudos de público, tendências e tecnologias aprimorando o desempenho do praticante da modalidade. Com isso despertar o interesse do público alvo pela eficiência e elementos inovadores, vencendo assim, as fortes campanhas publicitárias das empresas concorrentes.

1.2.2 .Objetivos Específicos

- Estudar as preferências do público alvo através do uso de questionário;
- Pesquisar os melhores materiais tecnológicos e inovadores para a prática do futsal;
- Desenvolver uma modelagem ergonômica e elementos de inovação;
- Desenvolver acessórios de proteção para os membros inferiores para a posição de goleiro.

1.3 JUSTIFICATIVA

Como praticante do esporte, o autor percebeu que eventualmente ao sair das partidas, sempre sofria pancadas com quedas. Levando a discussão com os colegas de time, observou-se que as empresas do mercado não atingem todas as necessidades dos consumidores brasileiros nos produtos destinados para o futsal. Além dos uniformes serem quentes e fazerem com que o praticante sue muito.

O setor deixou uma brecha para que sejam desenvolvidas roupas com proteção e conforto.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A HISTÓRIA DO FUTEBOL

Os primeiros relatos datados da história do futebol foram encontrados na China antiga, por volta de 3.000 a.C., que era usado basicamente como treino militar. Entretanto, outros países como Japão, Grécia e Roma também vinham praticando este esporte, mas com falta de regras e normalmente com um comportamento violento (FIFA, 2014).

Durante a idade medieval o esporte era praticado principalmente na Itália, e se chamava *Giogo Del Calcio*, onde passou por algumas transformações e começou a ganhar algumas regras. Mas somente em 1863 na Inglaterra foi que se oficializou como um esporte, agora contado com regras e padronização. O campo deveria medir 120 metros por 180 metros e nos extremos deveriam existir balizas em forma de retângulo vazado, onde cada equipe teria o dever de passar a bola na baliza adversária apenas usando os pés para manuseá-la, fazendo um ponto, conhecido como gol (FIFA, 2014).

Além disso, foi determinado que as equipes devessem conter 11 jogadores, sendo que apenas um deles teria a permissão de usar as mãos em um determinado espaço para impedir os adversários de fazer gols. A posição deste jogador é conhecida até hoje como goleiro (CASTRO, 2006).

Ao longo do tempo as regras foram se aprimorando de acordo com as necessidades que foram surgindo, como por exemplo, as penalidades exercidas quando há ocorrência de uma infração, como cartões vermelhos e amarelos, *pênalti*, impedimento, entre outras (CASTRO, 2006).



Figura 1: A história do Futebol

Fonte: *Classic Football - The Game* – FIFA (2014)

No Brasil o esporte foi difundido por Charles Miller, que ao voltar de sua viagem para Inglaterra em 1894 trouxe consigo as experiências, regras e um exemplar de bola para o país. A partir daí o esporte se difundiu rapidamente pelos estados brasileiros se popularizando, e se tornou paixão nacional (CASTRO, 2006).

2.2 A HISTÓRIA DO FUTSAL

Com o passar do tempo e com a popularização do futebol de campo, foi se tornando cada vez mais difícil para os praticantes encontrarem campos disponíveis para praticarem o esporte. Então os jovens frequentadores da Associação Cristã de Moços de São Paulo em 1940 começaram a improvisar jogando em quadras fechadas (ZARANTIM, 2012).

No início, as equipes não tinham um número fixo de jogadores, podendo variar de cinco, seis e até sete jogadores. Aos poucos foram se fixando o limite de cinco. As bolas eram de crina vegetal ou serragem, sofrendo sucessivas modificações, inclusive com o uso de cortiça granulada. Dada a facilidade para a

formação de equipes, rapidamente o esporte se difundiu e ganhou adeptos e logo se disseminou por todo o Brasil (ZARANTIM, 2012; CBFS, 2009).

Em 1954 foi fundada a Federação Metropolitana de Futebol de Salão, atual Federação de Futebol de Salão do Estado do Rio de Janeiro, a primeira federação estadual do Brasil, o mesmo ocorreu com outros estados, fazendo assim com que o esporte ganhasse força e em 1971 foi fundada a Federação Internacional de Futebol de Salão (FIFUSA), contando com a filiação de 32 países que praticavam o futebol de salão nos moldes brasileiros (CBFS, 2009).

Somente em 1990 a *Federation International Football Association* (FIFA) homologou a supervisão do futsal mediante extinção da *Fifusa* e criou sua comissão oficializando o termo futsal (ZARANTIM, 2012).

2.5 O CRESCIMENTO NO MERCADO DO FUTEBOL AMADOR

O crescimento de campeonatos amadores tem criado um novo mercado na área esportiva. Os praticantes apresentam o desejo de vestir-se com um uniforme próprio para se aproximar da imagem do jogador profissional. Por esse motivo levou a criação deste grande mercado têxtil em potencial (DORO, 2014).

Houve um grande crescimento de marcas pequenas que investem em campeonatos de várzea onde há uma grande oportunidade de investimento. Na cidade de São Paulo a “Copa *Kaiser*” (campeonato amador) envolve quase 200 times só na primeira divisão o que mostra uma grande gama de consumidores. Entretanto as empresas têm tido dificuldades em reproduzir as tecnologias que as grandes concorrentes têm disponível no mercado. (DORO, 2014).

Outro problema encontrado é que diferente do time profissional que tem uma camisa por jogo, na várzea essa camisa precisa durar anos e por isso acaba se usando um tecido mais grosso e menos confortável para o atleta (DORO, 2014). Essas lacunas apresentam a oportunidade de se desenvolver um produto que os praticantes amadores ainda não encontraram.

2.3 EVOLUÇÃO DO VESTUÁRIO ESPORTIVO

A partir da popularização do futebol de campo não só no Brasil como no mundo e com a formação dos times (profissionais e amadores) surgiu a necessidade da caracterização com uniformes personalizados (SALVADOR *et al.*, 2009; SMIT, 2006).

As primeiras camisas de futebol eram feitas de um algodão grosso e não possuíam emblemas (brasão individuais que representem os jogadores), e também era comum que os calções fossem feitos de brim. A confecção deste vestuário não era idealmente própria para a prática, já que a gramatura do tecido é mais densa, com pouca elasticidade e em contato com a umidade se torna extremamente pesado, fazendo assim com que a mobilidade e conseqüentemente o desempenho do atleta fosse prejudicado. Até então não havia estudos para desenvolver materiais adequados para o jogo (SALVADOR *et al.*, 2009), na figura 2 temos uma imagem dos uniformes pesados de algodão da época.



Figura 2: Time Newton Heath de 1892

Fonte: Wikipédia (2014).

Com a consolidação do futebol e surgimento dos grandes times nacionais e seleções, os uniformes passaram a cada vez mais a se tornarem personalizados.

Primeiramente surgiram os emblemas bordados na camisa, que ajudavam na identificação dos times, bem como cores específicas, números e nomes dos jogadores nas costas (SALVADOR *et al.*, 2009), na figura 3 podemos notar que foi incluído o escudo nos uniformes.



Figura 3: Time Flamengo de 1953

Fonte: Stadium Varginhense (2014).

As grandes empresas Adidas, Puma e Umbro entre outras, começaram a confeccionar estes uniformes, e assim passaram a se diferenciar uma das outras com adição de seus logos e design diferenciado, como as “três listras” da empresa Adidas. Contemporaneamente começaram os desenvolvimentos de pesquisas têxteis para aprimorar a eficiência dos produtos (SMIT, 2006), na figura 4 podemos ver os jogadores com os uniformes característicos da marca Adidas.



Figura 4: Bayer de Munique de 1976

Fonte: *Fan Pictures Football History*

Nos final dos anos 70 os calções e os meiões começaram a mesclar fibras de algodão com poliéster. Com o desenvolvimento na área têxtil, já nos anos 80 todos os uniformes passaram a ser confeccionados com uma percentagem de poliéster (SALVADOR *et al.*, 2009).

Na década de 90 os jogadores já contavam com os calções de compressão feitos a partir de elastano, e os uniformes eram feitos 100% de fibras de poliéster. De 2000 em diante os uniformes começam a ter fibras inteligentes, com composições de tramas que fazem com que o tecido elimine o suor rapidamente além de a gramatura ter sido reduzida consideravelmente, aumentando assim a performance dos atletas (SALVADOR *et al.*, 2009), na figura 5 vemos o jogador usando um calção de compressão por debaixo do uniforme.



Figura 5: Ronaldo Jogando pelo Internazionale de Milano

Fonte: Pinterest (2015)

Como o futsal se popularizou depois do futebol de campo, este seguimento se desenvolveu paralelamente com seu precursor. Na próxima imagem, apresenta-se a evolução dos modelos de uniforme da seleção brasileira que acompanhou a evolução no vestuário como todas as grandes seleções nacionais e times internacionais.



Figura 6: Evolução do Uniforme da Seleção Brasileira

Fonte (Adaptado de): Globo Esporte (2013)

Desta forma, pode-se observar que ao longo do tempo os uniformes foram mudando de acordo com as regras e a tecnologia dos tecidos. Os primeiros uniformes apresentavam rígida estrutura de algodão e tinham o emblema

representante. Entretanto não era de grande preocupação as cores e a representação. Com o passar dos anos os uniformes inseriram cores que representassem o país, *design* dos patrocinadores e tecidos adequadamente desenvolvidos.

2.4 TECNOLOGIAS INOVADORAS NO VESTUÁRIO

Uma das principais tecnologias desenvolvidas na área esportiva são os tecidos *Dry Fit*, lançada pela empresa Nike em 1991. Esta tecnologia foi desenvolvida para que os tecidos tivessem rápida evaporação do suor através do transporte de umidade da pele para o tecido, enquanto os fios da unidade externa repelem essa umidade facilitando a secagem do tecido, na figura 10 temos o uniforme da seleção brasileira de 2014 que apresenta essa tecnologia. Posteriormente com praticamente a mesma função dos tecidos *Dry Fit*, a outra grande empresa Adidas desenvolveu os tecidos *Clima Cool*. (SANCHES *et al.*, 2010; CARVALHO, 2014).



Figura 7: Tecnologias Aplicadas ao Vestuário Esportivo (Camisa Seleção Brasileira 2014)
Fonte: Globo Esporte (2013)

A empresa *Puma*, por sua vez, preparou para a Copa de 2014 a tecnologia *PWR ACTV*, que são fitas atléticas e de compressão que ficam por dentro da camisa, fazendo micro massagens em pontos estratégicos da pele, aumentando a recuperação muscular do usuário (CARVALHO, 2014)

Outra inovação memorável da empresa Adidas em sua nova coleção são os tecidos *Adizero*. Estes possuem a gramatura reduzida, fazendo com que o tecido fique muito mais leve em comparação aos usualmente utilizados. E a Nike tem recorrido a recortes a laser para aumentar a área de respiração da pele para reduzir rapidamente a umidade gerada pelo suor (SANCHES *et al.*, 2010; CARVALHO, 2014). Na figura 11, temos as imagens das camisas dos uniformes da seleção da Itália tendo como fornecedor a *Puma* que se utiliza da tecnologia *PWR ACTV*, e a camisa do uniforme da Alemanha tendo como fornecedor esportivo a *Adidas* utilizando a tecnologia *Adizero*.



Figura 8: Tecnologias Aplicadas ao Vestuário Esportivo (Camisas Seleção da Itália e Alemanha de 2014)
Fonte: Globo Esporte (2013)

Essas são as principais tecnologias utilizadas atualmente no cenário esportivo de futebol e também de futsal. Acompanhando esse desenvolvimento, os patrocinadores aplicam também essas tecnologias nos uniformes dos clubes nacionais e internacionais.

2.6 ERGONOMIA NO FUTSAL

Segundo IIDA (2005), a ergonomia abrange todo o estudo de adaptações para auxiliar e dinamizar o trabalho. A definição de trabalho é bastante ampla e não se restringe apenas em execução de máquinas e equipamentos, ela avalia toda situação entre o homem e a atividade produtiva, envolvendo assim não somente o ambiente físico, mas também os aspectos organizacionais.

Este estudo engloba o planejamento e o projeto que ocorre antes do trabalho a ser realizado e também controle e avaliação que ocorre durante e após a execução. Tudo isso é necessário para que o trabalho possa atingir seus objetivos (IIDA, 2005).

No desenvolvimento do atual projeto a otimização foi realizada à prática do futsal o qual foram levadas em consideração as maneiras de jogar o futsal bem como ocorrem as suas repetições físicas de movimentos, e até onde esta situação e o uso de um produto ergonomicamente planejado pode elevar o desempenho dos atletas, bem como os materiais e métodos que foram utilizados para a confecção das peças.

A ergonomia, neste projeto, foi aplicada a um vestuário esportivo para que este fosse essencialmente desenvolvido para ser prático, confortável, estético e que também promovesse maior prevenção de lesões durante as partidas e treinos.

2.6.1 Modelagem

O futsal é um esporte praticado inteiramente em um ambiente fechado, fazendo com que o praticante se sinta desconfortável ao longo da partida, devido à intensa atividade física e conseqüentemente aumento rápido da sudorese, promovendo a sensação úmido-molhada no vestuário (MENDES *et al.*, 2007).

Uma alternativa interessante para reduzir esta desagradável sensação, é desenvolver uma modelagem ergonômica, a qual haverá recortes estrategicamente estudados nas áreas mais afetadas durante a prática do esporte (MENDES *et al.*, 2007).

A modelagem é responsável pela responsabilidade em relação à ergonomia da peça. Além disso, esta deve respeitar todas as particularidades do corpo humano e buscar de um bom desempenho em relação à vestibilidade e ao conforto, visando, em primeira instância, à qualidade de vida do usuário (GRAVE, 2004).

Modelagem plana é uma técnica que desenvolve moldes diretamente planejados a partir de um croqui. Este é o método mais rápido e prático, e conseqüentemente o mais utilizado pelas empresas. A modelagem realiza a concepção e viabilização do projeto do estilista (JONES, 2005).

Posteriormente devem ser elaboradas as bases da modelagem, que devem ser as mais precisas possíveis, para que se atinja a perfeição na conclusão das peças (JONES, 2005).

2.6.2 Tecidos tecnológicos

As principais características que se procura no vestuário esportivo são: toque, leveza e dissipação da transpiração. Isto leva a utilização de malhas, pela flexibilidade que ela proporciona ao usuário. Na malharia a trama é obtida por entrelaçamento. Esses pontos são móveis e deslizam umas sobre as outras quando o tecido é tracionado, enquanto tecelagem do tecido plano é rígida e não permite que os fios deslize quando o tecido é tracionado (SANCHES *et al.*, 2009).

Já a composição da malha tem que levar em conta as atividades dos atletas e suas conseqüências, como elevação da temperatura corpórea e aumento da sudorese. As fibras naturais apesar de terem melhor toque e transpiração, quando submetidas à umidade começam a ficar mais pesadas e como também tem boa absorção de água, o corpo do usuário fica molhado constantemente, levando a uma rigidez do tecido, diminuição na temperatura corpórea ao ponto de arriscar o desempenho do praticante (SANCHES *et al.*, 2009).

Com isso as malhas de fibras artificiais vêm sendo mais utilizadas para a vestimenta esportiva, sendo as duas principais matérias primas são o poliéster, a poliamida e o elástico.

O poliéster tem como características baixa absorção de umidade e densidade, valores médios de elasticidade e alta resistência à abrasão e de resiliência (DEMIR, 1997).

Essas características são essenciais para obter uma peça leve e com fácil evaporação do suor. A poliamida tem características semelhantes as do poliéster, contudo o seu toque e caimento é mais agradável ao corpo (DEMIR, 1997).

O elastano tem características parecidas com o poliéster porem tem mais elasticidade, e ajuda em peças que tenham que se ajustar com o corpo. O toque é mais agradável e serve para comprimir os músculos do usuário (KADOLPH, 2006).

Como se pode observar a poliamida é o melhor material para a prática de exercícios físicos. Entretanto como no futebol e no futsal as representações dos uniformes das equipes são feitas por listras, formas e desenhos. O processo de impressão digital por sublimação nos tecidos é essencial para dar identificação aos uniformes. O melhor tecido que mantém as cores vivas e sem erros de impressão no processo de sublimação, é o poliéster (KADOLPH, 2006).

2.6.3 Nanotecnologias

As nanotecnologias com partículas orgânicas ou inorgânicas de diferentes substâncias são atualmente o alvo da inovadora pesquisa científica na área têxtil. Essas moléculas possuem várias aplicações funcionais em diferentes tipos de peças. Grande atenção é dispensada as nanopartículas de diferentes metais, já que estes possuem um incrível poder bactericida, sem afetar ou danificar o tecido (SOUTO, *et al.*,2011; ABQCT, 2005).

As aplicações dessa tecnologia veem sendo utilizadas principalmente em vestuários que são mais propensos a terem contato com microorganismos provenientes da degradação do suor nas roupas. Além de garantir a esterilidade do material, as nanopartículas ainda evitam o cheiro desagradável proveniente deste processo orgânico (SOUTO, *et al.*,2011; ABQCT, 2005).

Vestuários esportivos são um bom exemplo de uso desta nova tecnologia. As nanopartículas metálicas são aplicadas em áreas específicas da peça, como na axila, na parte inferior dos braços e na lateral do tórax, proporcionando ao usuário

uma segurança maior contra micro-organismos patogênicos (SOUTO, *et al.*,2011; ABQCT, 2005).

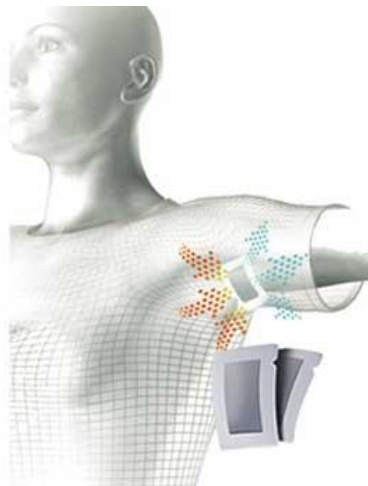


Figura 9: Nanotecnologias Aplicadas na Indústria Têxtil
Fonte: Diário Digital (2012)

No desenvolvimento das peças, utilizou-se das nanotecnologias nas malhas de composição 100% poliamida. Estas malhas passaram por um processo de lavagem desenvolvido pelo grupo de pesquisa de Química Têxtil na Universidade Tecnológica Federal do Paraná, no *Câmpus* da cidade de Apucarana, pelo Dr. SAMULEWSKI, R. B..

O tecido que passa por este procedimento, passa a possuir as nanopartículas de metais aderidas no interior de suas tramas, e assim adquire a propriedade bactericida, que inibe o crescimento de bactérias que promovem o mau odor.

Esta lavagem foi realizada em recortes estratégicos dos uniformes, sendo nas áreas onde o corpo possui maior incidência de sudorese (axila, costas e lateral do tórax).

2.7 PROJETO DE PRODUTO

A metodologia empregada é necessária para que o produto não seja desenvolvido de forma amadora. O designer não deve partir do princípio que o

desenvolvimento de qualquer produto atinja apenas suas necessidades, o projeto de produto deve passar por várias etapas para assim se produzir um primeiro protótipo (BARBOSA, 2009).

O desenvolvimento de um produto novo sempre impõe riscos em sua trajetória. Entretanto, um modo de subtrair esses riscos é trabalhar com as ideias por etapas, esse processo diminui as incertezas que o projeto pode apresentar e em caso de erros ocorrentes, não necessita que a estratégia comece do zero. Isso reduz gastos e faz com que o design reorganize suas ideias (BARBOSA, 2009).

De acordo com Baxter (1998) ele sugere que o projeto se hierarquize em etapas chamado de “funil de decisões”. O funil de decisões serve como um mapa que o designer deve seguir para o andamento do projeto. Contudo o processo criativo na maioria das vezes não segue um padrão hierárquico, ao mesmo tempo em que se pensa no processo em seu princípio, também se costuma imaginar os processos futuros, e isso acaba fazendo com que o designer queime etapas.

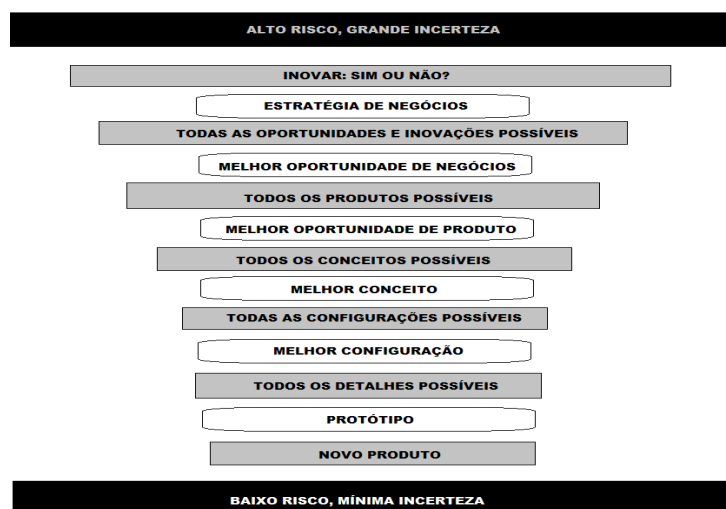


Figura 10: Funil de Decisões
Fonte: BAXTER (1998)

Ao se analisar essa situação, o projetista deve entender que o funil serve como orientador e não como regra. As ideias devem ser estudadas e com isso se analisar o que deve ser aplicada no início e o que deve ser analisado futuramente (BAXTER, 1998). A utilização do funil de decisões de Baxter, fez-se necessária para um organograma de etapas a serem compridas no desenvolvimento do produto, evitando assim incertezas deste processo de criação.

3 METODOLOGIA

A pesquisa utilizada para o desenvolvimento deste projeto foi de caráter qualitativa, já que esta proporciona maior familiaridade com o problema e envolve levantamento bibliográfico, entrevistas, análises, e exploratória (GIL, 2009).

A pesquisa exploratória busca levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando um campo de trabalho e mapeando as condições de manifestação desse objeto, e ainda podem envolver levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado ou análise de exemplos que estimulem a compreensão do fenômeno (GIL, 2009).

Embora o projeto aplica-se para um público alvo de jogadores amadores de futsal, com idade média entre 15 a 25 anos, é levado em consideração que os praticantes possam ter qualquer idade. O foco nesse intervalo de idade é pelo fato deles serem os principais seguidores das tendências do esporte.

Em um primeiro momento foram levantados dados bibliográficos de diversas fontes, como livros, artigos científicos, revistas e sites a fim de caracterizar quais os melhores materiais para garantir a qualidade do produto a ser desenvolvido.

Em seguida foi realizada uma pesquisa descritiva para levantar dados e informações que contribuíssem para do estabelecimento de metas e estratégias quanto ao direcionamento mercadológico desse trabalho.

A pesquisa descritiva tem como objetivo descrever e estudar grupos recolhendo informações através de questionários, formulários ou entrevistas. Nele é possível saber todas as informações do público alvo e por esse motivo é o método que melhor se encaixa para os resultados esperados, com o objetivo de se conseguir avaliar os gostos e opinião do público através de levantamento de dados. (GIL, 2002).

3.1 INSTRUMENTOS DE PESQUISA

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário elaborado e aplicado ao público alvo, contendo 20 perguntas de múltipla escolha referentes às preferências em relação a vestuário para futsal e acessórios, para obter assim as diretrizes do trabalho conseguinte e estruturação do direcionamento mercadológico. O questionário aplicado pode ser visualizado no Anexo 1.

3.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com base na coleta das respostas obtidas no questionário, foi possível obter o melhor material para atingir os gostos e desejos do público alvo e aplicá-los aos novos produtos desenvolvidos.

A pesquisa foi aplicada na cidade de Apucarana com os indivíduos que residem na própria cidade e em seu entorno regional. Os 35 entrevistados são pessoas do público alvo que se enquadram na faixa etária entre 15 e 25 anos, a seguir vemos os resultados das perguntas:

Quando se foi questionado o que o consumidor procura no vestuário para prática de futsal, 74,2% disseram que procuram por conforto, 17,1% procuram valor estético e apenas 8,5% procuram por baixo custo.

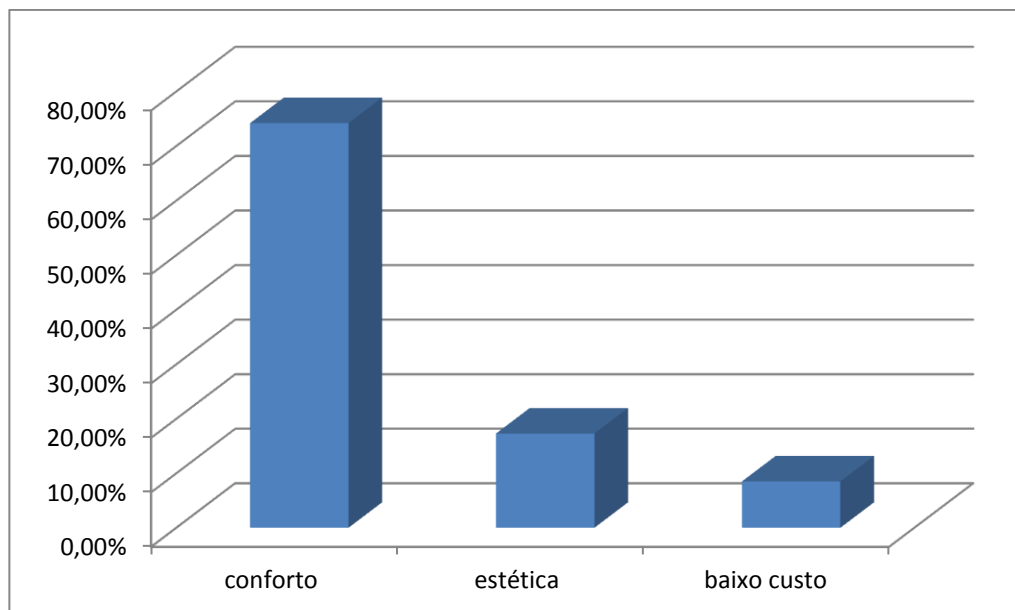


Gráfico 1: Questão 1

Fonte: Própria

Essa pergunta foi elaborada para direcionar o trabalho em questão de prioridades, o foco principal foi para a maioria que expressou conforto como sua opinião. O interessante nessa pergunta, é que muitos colocaram essa afirmação, entretanto o uso de camisas falsificadas, o qual o material não é adequado, era bastante usado pelos entrevistados.

A segunda pergunta se preocupou com o preço que o consumidor está disposto a pagar. Nesse quesito as pessoas diversificam sobre a opinião, 20% pagaria entre 10 a 50 reais, os que pagariam até 70 reais são 29% do total, os que pagariam até 150 reais chegam a 17,3%, até 200 reais são 25,7% e os que pagariam acima de 200 são 8,5% dos entrevistados.

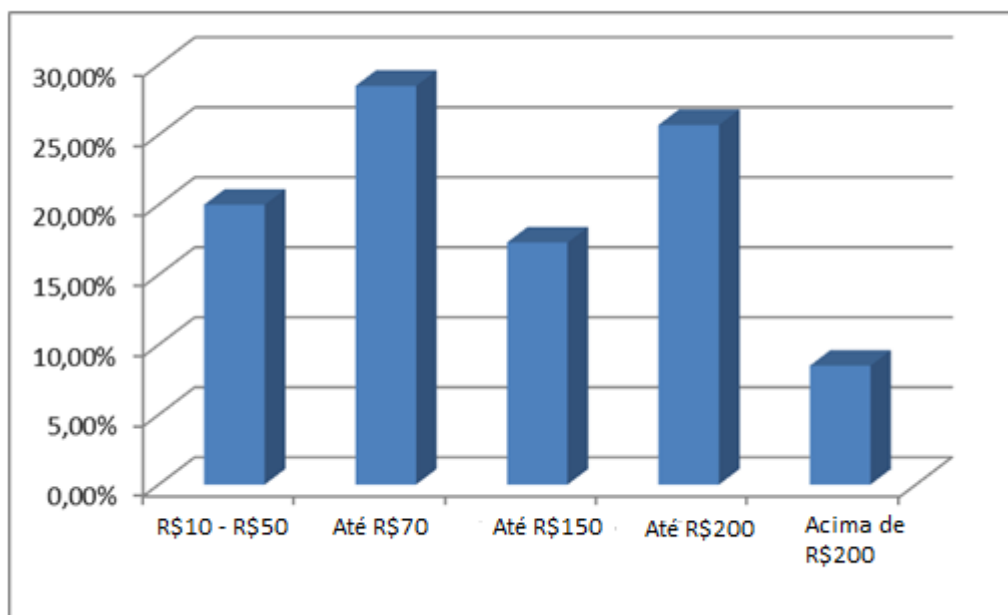


Gráfico 2: Questão 2

Fonte: Própria

A terceira pergunta foi para analisar o quão importante esses produtos fazem parte na vida do consumidor. É questionado a renda dos entrevistados para se constatar se o usuário gastaria por impulso as peças vendidas, visto que uma boa parte dos entrevistados está disposta a gastar entre 70 a 200 reais. Os que se declararam classe baixa são 48,5%; 25,7% se declarou classe média baixa, os que se consideram classe média somam 22,8% e apenas 2,8% se declarou classe média alta.

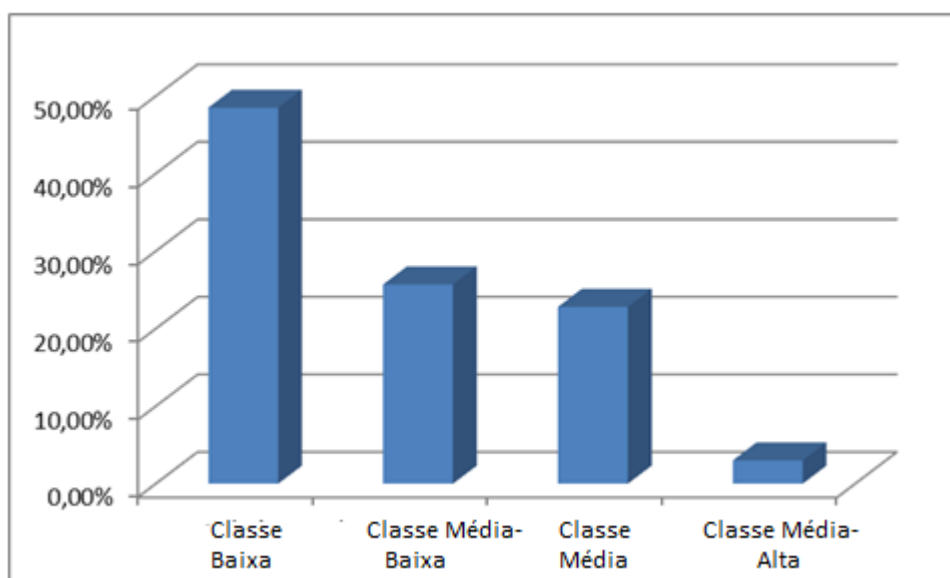


Gráfico 3: Questão 3
Fonte: Própria

Como se percebe, muitos dos entrevistados pagariam muito além do que a sua condição social lhe permite, sendo assim este estudo passou a avaliar o preço a ser cobrado em suas peças.

As perguntas quatro, cinco e seis, serviram para se avaliar um gosto geral dos consumidores e suas expectativas a serem atingidas. A quarta questão parte para o estilo dos consumidores. Foi perguntado o tipo de gola que o praticante prefere usar e 42,8% preferiram a gola careca como acabamento; 34,2% se interessam em golas polo; e as golas “V” e padre empataram com 11,4%.

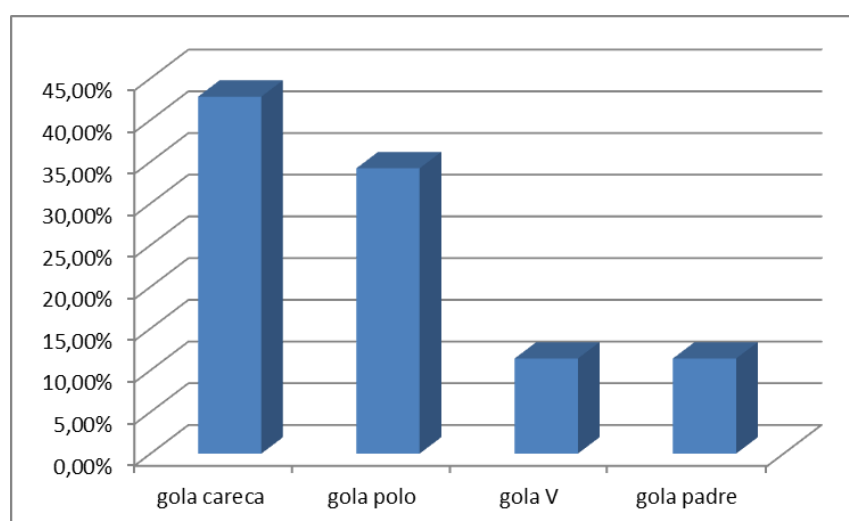


Gráfico 4: Questão 4
Fonte: Própria

A questão seguinte questionou a modelagem e 28,5% preferiam uma modelagem mais justa contra 71% que aderiram a uma modelagem mais larga.

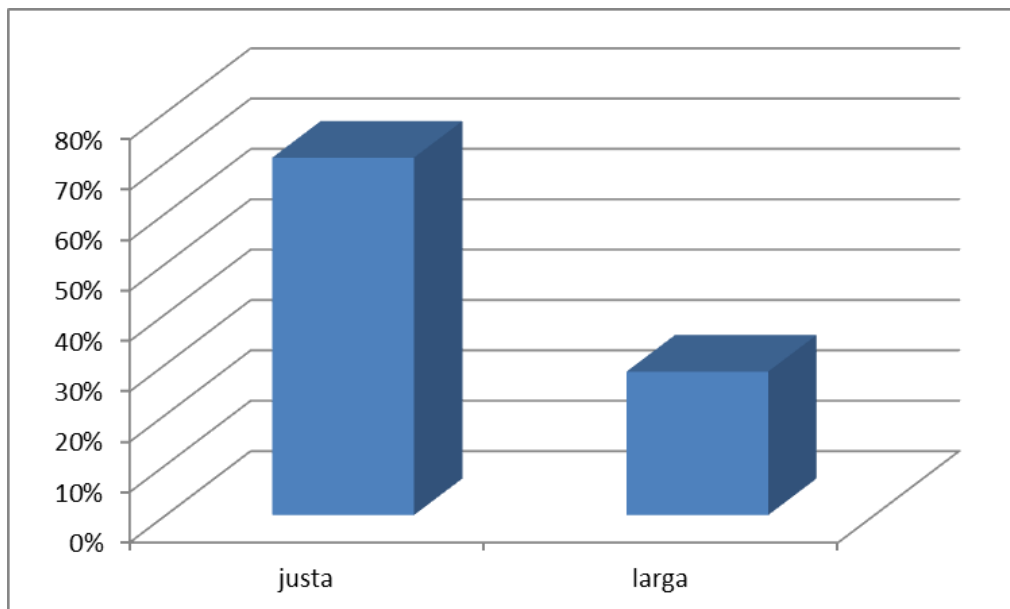


Gráfico 5: Questão 5
Fonte: Própria

Sobre as cores, a questão seis pergunta se os consumidores preferem cores vibrantes, como tons neon ou se preferiam cores mais sóbrias e tradicionais. As cores vibrantes ganharam com 65,7% contra 34,2% dos que preferiam cores mais sóbrias.

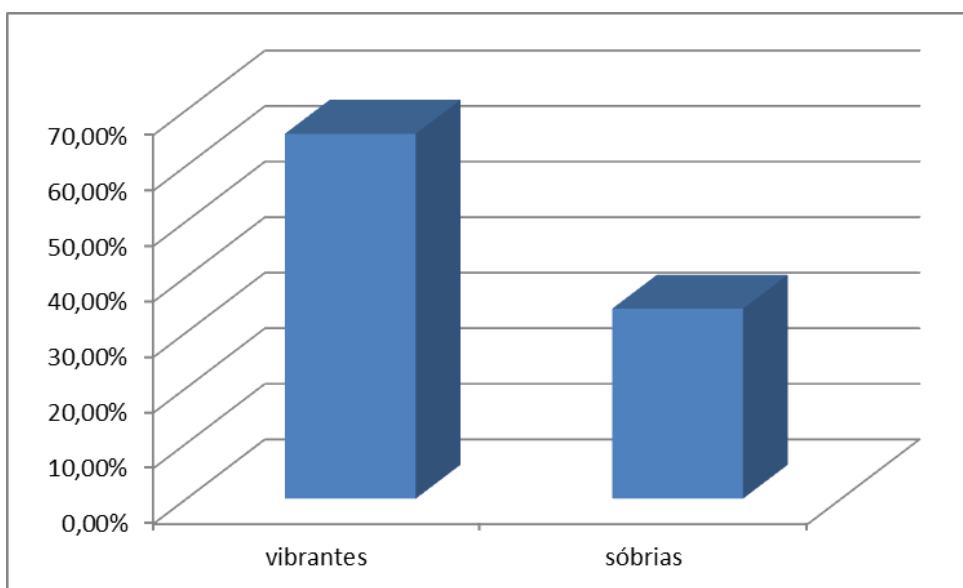


Gráfico 6: Questão 6
Fonte: Própria

Na questão sete foi perguntada a posição que os praticantes preferiam jogar. Essa questão serviu para se avaliar os gostos dos consumidores para uma possível estratégia de marketing focando em uma posição se jogo. A grande parte dos entrevistados, 42,8% se considera alas, 22,8% jogam como fixo 20% jogam como pivô e 17,1% jogam como goleiro.

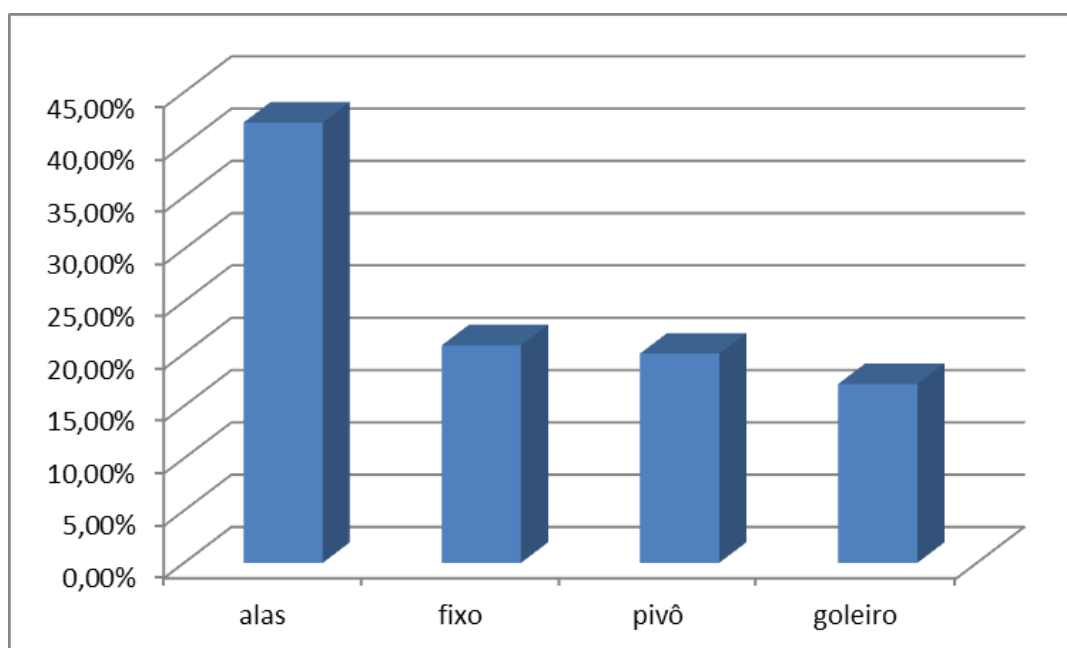


Gráfico 7: Questão 7
Fonte: Própria

A oitava pergunta pretende-se avaliar onde ocorre as principais lesões do consumidor e com o resultado desenvolver uma modelagem que reduza. Dos entrevistados 34% destacaram o joelho como principal lesão de jogo, 18,2% a canela, 15,9% 13,6% as coxas; empataram com 6,8% costas, mãos e dedos; e tiveram os mesmo 2,2% glúteos, ombro e cotovelo. Membros como cabeça, tórax não foram assinalados. Apesar de grande parte das lesões serem atribuídas aos pés, a outros lugares do corpo que os consumidores reclamam de lesões e por isso pode-se usar uma modelagem estratégica para reduzir esses percalços.

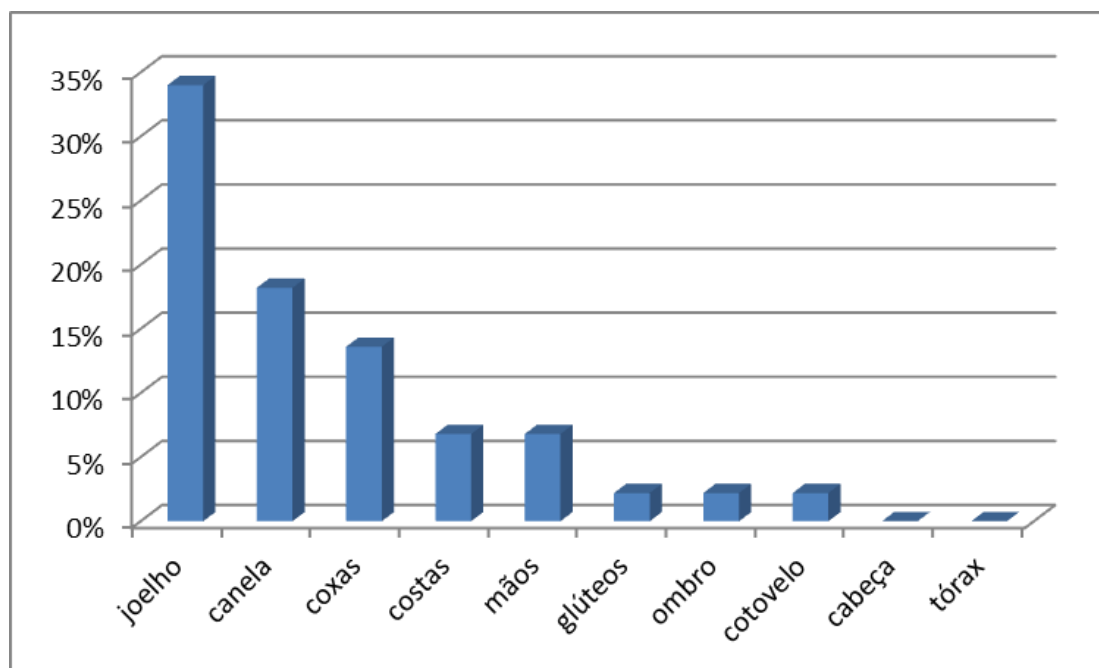


Gráfico 8: Questão 8
Fonte: Própria

A questão nove, dez e onze questionaram sobre aviamentos. Na pergunta nove é questionado se as costuras irritam a pele e apenas 14,2% consideram as costuras como incomodo, enquanto 85,7% relataram que não interfere. Já com as linhas de bordados na camisa 20% relataram incomodo com as linhas contra a grande maioria de 80% que não considera o bordado com fator problemático. Vendo isso foi questionado se o consumidor tem uma técnica de adorno de preferencia, 54,2% dos entrevistados preferiram bordados contra 45,7% que preferem o silk como acabamento.

A questão 12 perguntou ao praticante se este utiliza de algum tipo de proteção para jogo e qual. Os que disseram que não usam somam 60% com os seguintes argumentos: os que disseram que não vejam necessidade e nunca pensou nisso empataram com 20%; 11,4% não usam proteção por causa do custo e 5,7% por atrapalhar o desempenho. Já os que usam, que somam 40% dos entrevistados, tem como principal utensílio a caneleira com 34,2% de usuários; 5,7% usam outros tipos de proteção das listadas e 2,8% utilizam joelheira.

As questões 13,14 e 15 avaliam a projeção de mercado consumidor no meio do futsal amador, questionando se os praticantes tem time fixo e se tem uniformes titular e reserva. Dos entrevistados, 62,8% relataram que não jogam com time fixo e dos que jogam, que são 37,1%; nenhum tem uniformes titular e reserva. Por esse

motivo há na coleção os uniformes de treino para os que não têm time fixo e o conjunto de uniformes para os que vão participar de competições amadoras.

As últimas questões foram pra estratégia de vendas e dar a liberdade do consumidor opinar nos produtos atuais. Foi questionado se o consumidor preferia loja física ou compras por web site, 80% optaram por comprar em loja física alegando a prova do produto e rapidez do processo; já os 20% restantes, alegaram a busca de preços mais vantajosos e maior variedade de produtos.

A última questão foram as observações dos consumidores, e muitos alegaram a resistência das peças como fator não resolvido pela indústria.

3.2.1 Desenvolvimento da Modelagem

A modelagem foi trabalhada com base nas regiões com maiores áreas sudoríparas, que são principalmente: os membros superiores, como as axilas, tórax (peito e costas) e membros inferiores (virilha e cós) (SHIBASAKI, *et al.*,2006).

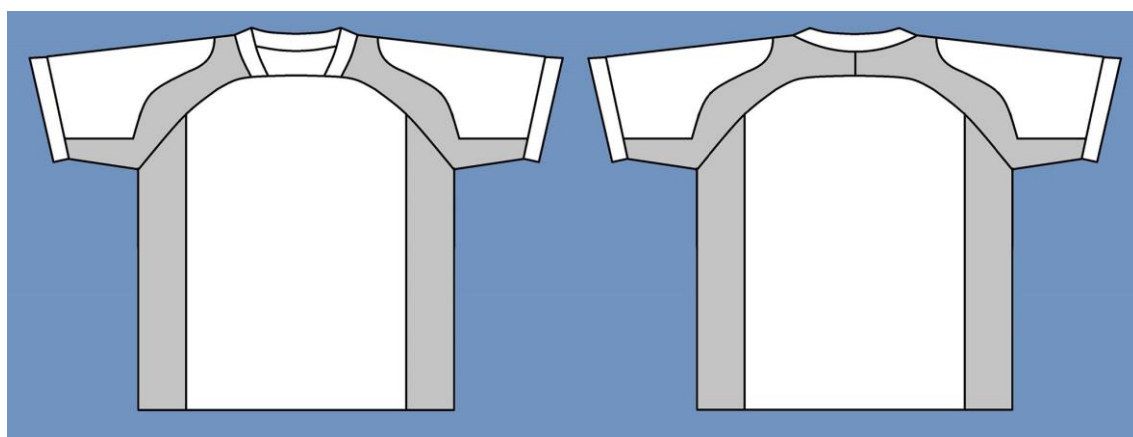


Figura 11: Modelagem com recortes
Fonte: Própria

Na imagem acima as áreas cinzas que são de tecidos feitos 100% poliamida para melhor absorção do suor, há também o uso da nano tecnologia para ação bactericida e anti-odor. Nas áreas brancas os tecidos são 100% poliéster para que a sublimação tenha ação sobre a roupa.

Deste modo, a modelagem consegue trazer novidades para o mercado, visto que a maioria dos uniformes amadores são feitos com tecidos 100% poliéster e também não apresentam nanotecnologia.

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

4.1.1 Nome da Empresa

- Razão Social: Allmaesta Sports
- Nome Fantasia: Allma

O intuito da empresa “Allma” é oferecer aos praticantes de futsal uma experiência única, ao transvestir o cliente como um verdadeiro jogador profissional, com tecnologia e ergonomia diferenciada.

4.1.2 Porte

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas empresas (SEBRAE) a empresa em questão se enquadraria nos seguintes requisitos:

- Empreendedor individual: Receita bruta anual igual ou a baixo de R\$60.000,00
- Pequena empresa: receita bruta anual de R\$360.000,01 – R\$3.600.000,00;

O número de funcionários segundo o SEBRAE é avaliado da seguinte forma:

- Micro: com até 19 empregados
- Pequena: de 20 a 99 empregados
- Média: 100 a 499 empregados
- Grande: mais de 500 empregados

De acordo com essas informações, a empresa "Allma" está enquadrada como empresa de médio porte, conforme os critérios estabelecidos pelo SEBRAE.

4.1.3 Marca



Figura 12: Logomarca

Fonte: Própria

A empresa "Allma" está constantemente buscando novas tecnologias e tendências, com o intuito que seus produtos sejam os mais diferenciados do mercado. Proporcionar aos seus clientes uma sensação de segurança e eficiência das peças é uma função primordial aos funcionários desenvolvedores.

A escolha da logo foi pensada na forma de um jogador chutando a bola. A fonte se encaixa com a silhueta cheia de curvas e não foge muito do padrão das marcas atuais, fazendo com que o público não estranhe a imagem e sua utilização no uniforme.

4.1.4 Conceito da Marca

A exclusividade, praticidade e personalização, é o que torna cada cliente uma situação particular. O cuidado em transformar uma equipe amadora em uma equipe profissional é o que move a "Allma" para que não seja apenas uma produtora

e sim fornecedora de material esportivo. Para “Allma” satisfação do cliente é essencial, sendo assim, a peça não é encaminhada para o cliente sem que se respeitem seus desejos.

4.1.5 Segmento

O segmento em questão é masculino e *sportwear*. Ele não só se preocupa com uniformes de jogo, mas também com roupas casuais para acompanhar o estilo “boleiro” (linguagem usada para quem pratica o estilo de vida do futebol).

4.1.6 Distribuição

A Distribuição dos produtos será por meio de representantes especializados em produtos esportivos. A loja própria, localizada na cidade de São Paulo, terá atendimento diferenciado, baseado em quadra para testes e apresentação de novos produtos por meio de palestras. Em caso de compras por site a logística será função dos correios com um prazo de entrega estipulado por eles.

4.1.7 Concorrentes

Os concorrentes diretos são as marcas nacionais e internacionais, como *Penalty*, *Topper*, e *Umbro* por darem uma atenção especial ao futsal e ter um preço mais semelhante ao da “Allma”. Empresas como *Nike*, *Adidas* e *Puma* são concorrentes indiretos, pelo fato de seus produtos uma direção muito maior para o mercado de futebol.

4.1.8 Sistema de Venda e Pontos de Venda

Os produtos da “Allma” poderão ser encontrados em todo o Brasil em lojas especializadas em artigos esportivos. Contudo o foco de atendimento será para as regiões sul e sudeste. A Loja Matriz se localizará em Campinas, região metropolitana de São Paulo.

4.1.9 Promoção e Preços Praticados

Como modo de promoção dos produtos. Serão elaborados torneios entre empresas e colégios com premiações em produtos. Patrocínios de jogadores e de equipes que se sobressaiam em competições nacionais. Os produtos irão variar entre valores de R\$35,90 a 199,90.

4.2 MARKETING

A marca Allma utiliza-se de meios de comunicação, como jornais e revistas do meio esportivo, propaganda em rádio, televisão e redes sociais, criação de aplicativos para celular e patrocínio de atletas do meio, para a divulgação da marca.

4.3 APRESENTAÇÃO AO PÚBLICO

4.3.1 TAG



Figura 13: TAG

Fonte: Própria

A Tag é amarrada a dois cadarços, servindo de brinde para o consumidor.

4.3.2 EMBALAGEM



Figura 14: Embalagem

Fonte: Própria

A embalagem é uma lata de tinta spray vazia, fazendo referência as artes de grafite do artista Eduardo Kobra.

4.3.3 CARTÃO DE VISITA



Figura 15: Cartão de Visita

Fonte: Própria

O cartão de visitas teria um envelope com a logo e o site, nas costas o contorno da logo. Dentro do cartão há informações da marca, como localização e informações do funcionário. Nas costas do cartão não haveria informações.

4.4 PÚBLICO ALVO



Figura 16: Público Alvo
Fonte: Mengaonews (2011)

4.4.1 Perfil Consumidor

Os consumidores enquadram-se no perfil jovem do gênero masculino de 15 a 25 anos, pertencentes às classes B e C (classe média e classe média-baixa). Estes jovens acompanham os campeonatos de futebol, futsal e também ao comportamento de jogadores influentes.

Sendo assim, estão sempre buscando novas tecnologias no esporte e participam de campeonatos amadores. Além das partidas de futsal, também são informados sobre cultura pop e jogos eletrônicos.

Além disso, são preocupados com o visual e procuram estar por dentro das novas tendências do mercado.

4.5 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.5.1 Macrotendências (Socioculturais)

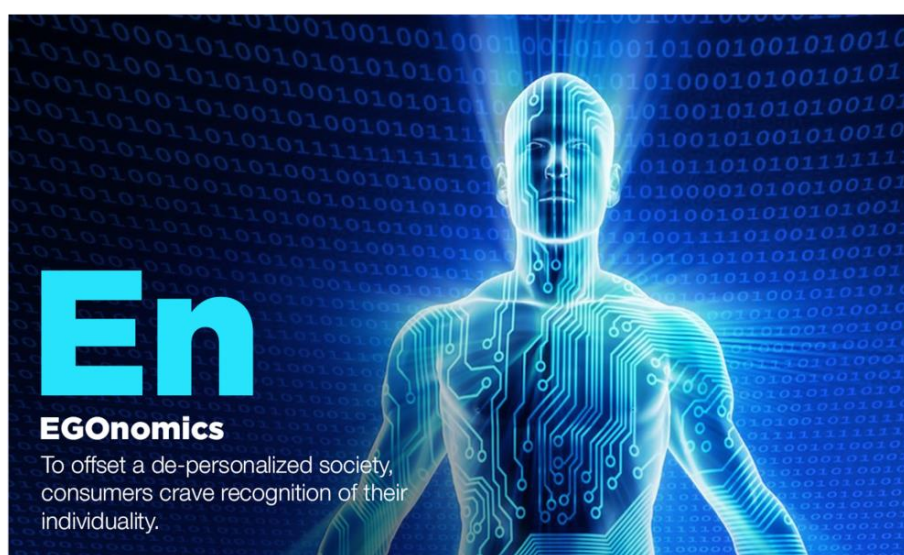


Figura 17: Egonomia
Fonte: Faith Popcorn Brain Reserve (2015)

A exclusividade de se produzir um produto particular para cada cliente é o que atrai o desejo pelo consumo. Essa macrotendência, Egonomia, faz com que o consumidor se sinta diferenciado e fidelizado, pelo fato do fabricante conhecê-lo profundamente (POPCORN, 2015).

Sendo assim, isso despertará o desejo do cliente em adquirir os produtos, tendo em vista que ele apreciará a qualidade e voltará a comprar outros produtos.

4.5.2 Microtendências (Estéticas)



Figura 18: Futebol de Rua
Fonte: O Futebol Pede Paz

A tendência utilizada para criação da coleção foi inspirada no grafitismo, a arte das ruas. Como o futsal teve origem em estacionamentos e quadras de rua, o tema não poderia ser mais importuno. São dois estilos que buscaram liberdade, o futsal queria se livrar das prisões que o futebol impõe, a alta estrutura o grande numero de jogadores. O grafitismo queria ser notado sem ter estar presente em uma grande exposição de acadêmicos. A coleção se inspira nas cores e formas curvilíneas e geométricas. Neste ano de 2015 a coleção de inverno da Moschino também se inspirou nas artes de rua em sua mais nova coleção (Figura 20).



Figura 19: Coleção Inverno/Outono 2015 Moschino

Fonte: Best Celebrity Style (2015)

4.6 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

4.6.1 Delimitação Projetual

O atual trabalho visa principalmente à personalização de uniformes de times amadores de futsal, usando novas tecnologias, modelagem ergonômica e tecidos apropriados para a prática esportiva. A coleção é composta por: uniforme de treino, de jogo e casacos. Como a estética é um dos mais importantes fatores para a criação da coleção, será possível também comercializar os uniformes para uso casual, para admiradores, sem focar nos times profissionais de futsal.

4.6.2 Especificações do Projeto

4.6.2.1 Conceitos da Coleção

A arte das ruas, o grafitismo de Eduardo Kobra e suas cores, foram a inspiração da empresa Allma para desenvolver essa coleção, que além de ser versátil, confortável, traz consigo uma associação com inovações tecnológicas do mundo atual, para proporcionar aos seus clientes o melhor do desempenho.

O sentimento de liberdade trazido pela arte feitas nos muros, sem pedir autorização à sociedade, foi traduzido em peças vibrantes com cores fortes e estampas diferenciadas.

Essas peças tiveram como base algumas técnicas de artes de grafite que são usadas nas estampas das camisetas, com cores vivas e formatos arredondados nos recortes.

4.6.2.2 Nome da coleção

A coleção verão/2016 da marca “Allma” será denominada como “A arte das Ruas”.

4.6.2.3 Referência da Coleção

A coleção buscou inspiração nas artes das ruas, conhecidas como grafite. Por ser um trabalho de artistas marginalizados e de certo modo considerados amadores por artistas acadêmicos. A Allma observou nisso uma ligação desses artistas entre os jogadores amadores, que praticam o futsal de maneira passional, algo que vem por impulso, que vem da Allma.



Figura 13: Obra de Eduardo Kobra
Fonte: The Roosevelts (2013)

4.6.2.4 Formas e Estruturas (Shapes)

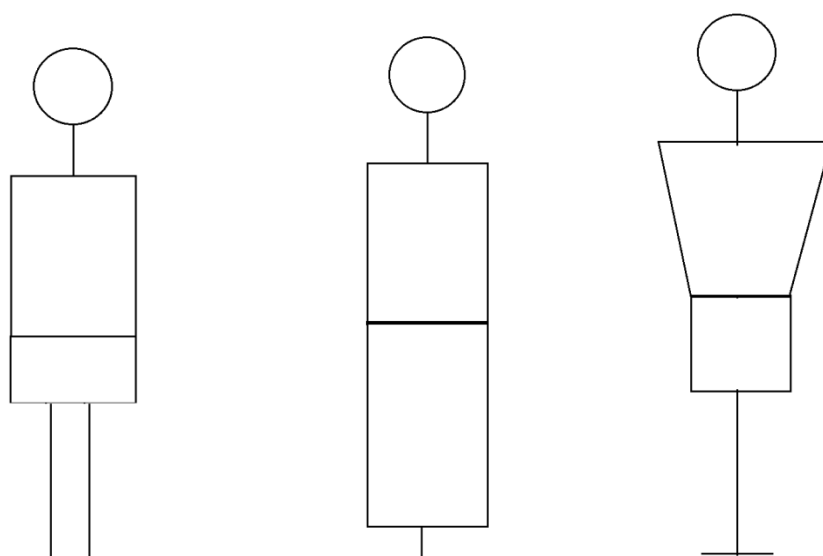


Figura 14: Silhuetas
Fonte: Própria

4.6.2.5 Cores

Preto, amarelo, verde, vermelho, turquesa, branco, azul marinho, verde escuro, bordô, rosa.

4.6.2.6 Matérias- Primas

As malhas trabalhadas para a coleção são do tipo *Dry* para uma melhor transpiração, a composição delas serão de poliéster, poliamida e elastano. Além disso, serão usadas espumas viscoelásticas para as áreas de proteção do corpo. Os fornecedores serão malharias especializadas em tecnologia esportiva, a fim de melhorar o desempenho dos atletas.

4.6.2.7 Tecnologias

As tecnologias passam por programas de software, como Corel Draw e Photoshop, para desenvolvimento da ficha técnica. Depois a modelagem é feita por computador e sai para o corte. Assim que cortados, os tecidos vão para o processo de nanotecnologia para a eliminação do crescimento de bactérias com uso do consumidor.

Simultaneamente as partes destinadas as cores e estampas passam para o processo de impressão digital, feita por sublimação e em seguida bordado. Finalizando, os tecidos cortados já preparados, passam para as costureiras de overloque, reta e galoneira e acabamento das peças.

4.7 PAINEL SEMÂNTICO



Figura 20: Painel Semântico
Fonte: Própria

4.8 CARTELA DE CORES



Figura 21: Cartela de Cores
Fonte: Própria

4.9 CARTELA DE MATERIAIS



Figura 22: Cartela de Materiais

Fonte: Própria

Uma parte dos materiais utilizados foram adquiridos da cidade do Rio de Janeiro devido a grande dificuldade de encontrar malhas tecnológicas na região norte do Paraná.

4.10 MIX DA COLEÇÃO

Quadro 1: Mix da Coleção

Fonte: Própria

	TOTAL	BÁSICO	ACESSÓRIO
TOPS			
CAMISAS	6	5	1
CASACOS	1	1	
BOTTONS			
BERMUDAS	1	1	
SHORTS	5	5	
CALÇA	1		1
TOTAL	14	12	2
%	100	85,7	14,28

4.11 CROQUIS

4.11.1 Gerações Alternativas

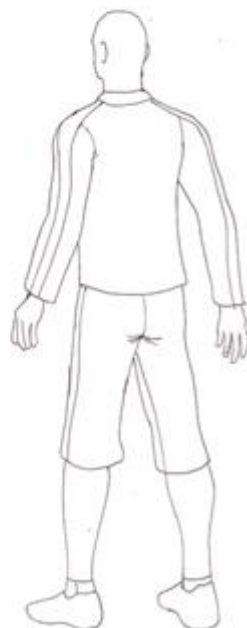
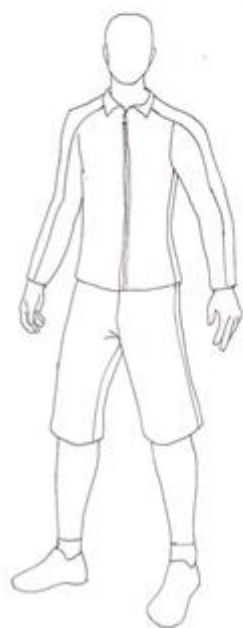
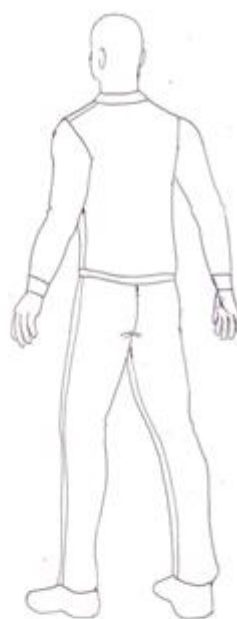
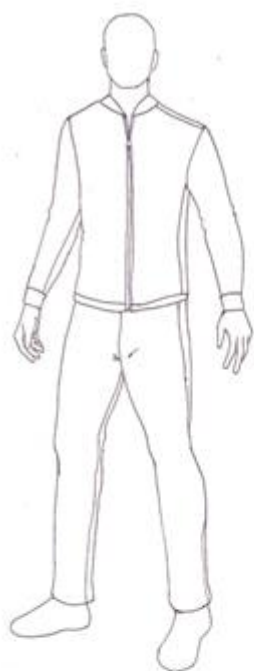


Figura 23: Look 7 e 8
Fonte: Própria

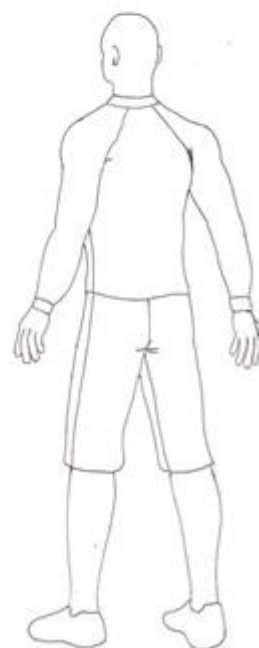
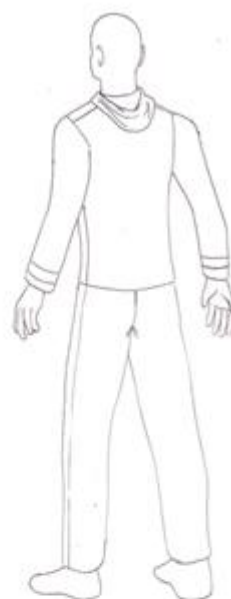


Figura 24: Look 9 e 10
Fonte: Própria

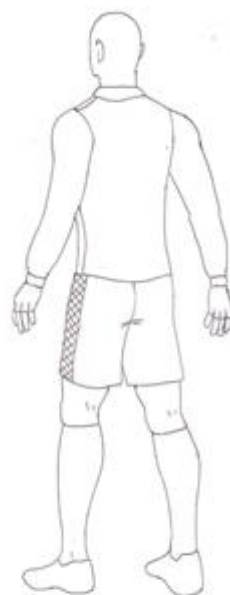
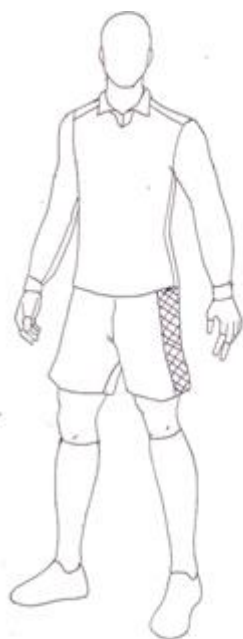


Figura 25: Look 11 e 12
Fonte: Própria

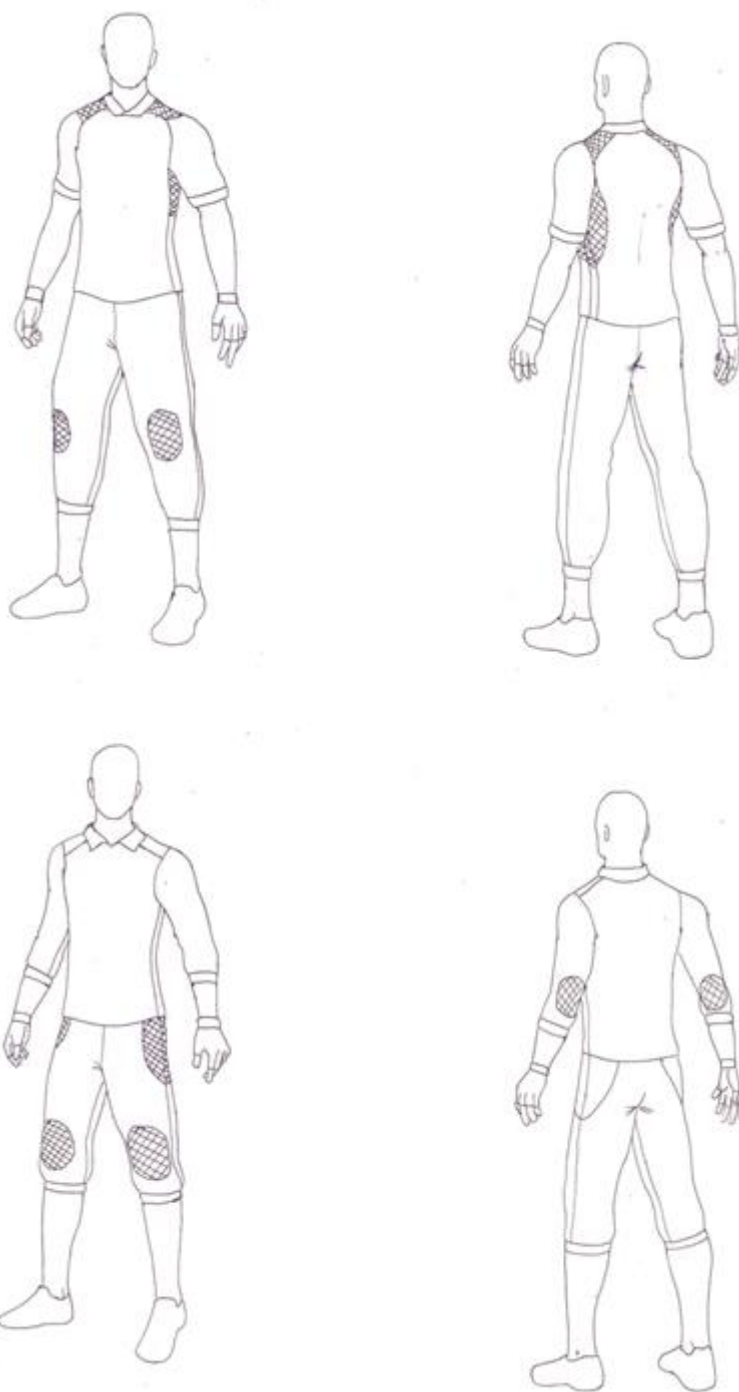


Figura 26: Look 13 e 14
Fonte: Própria

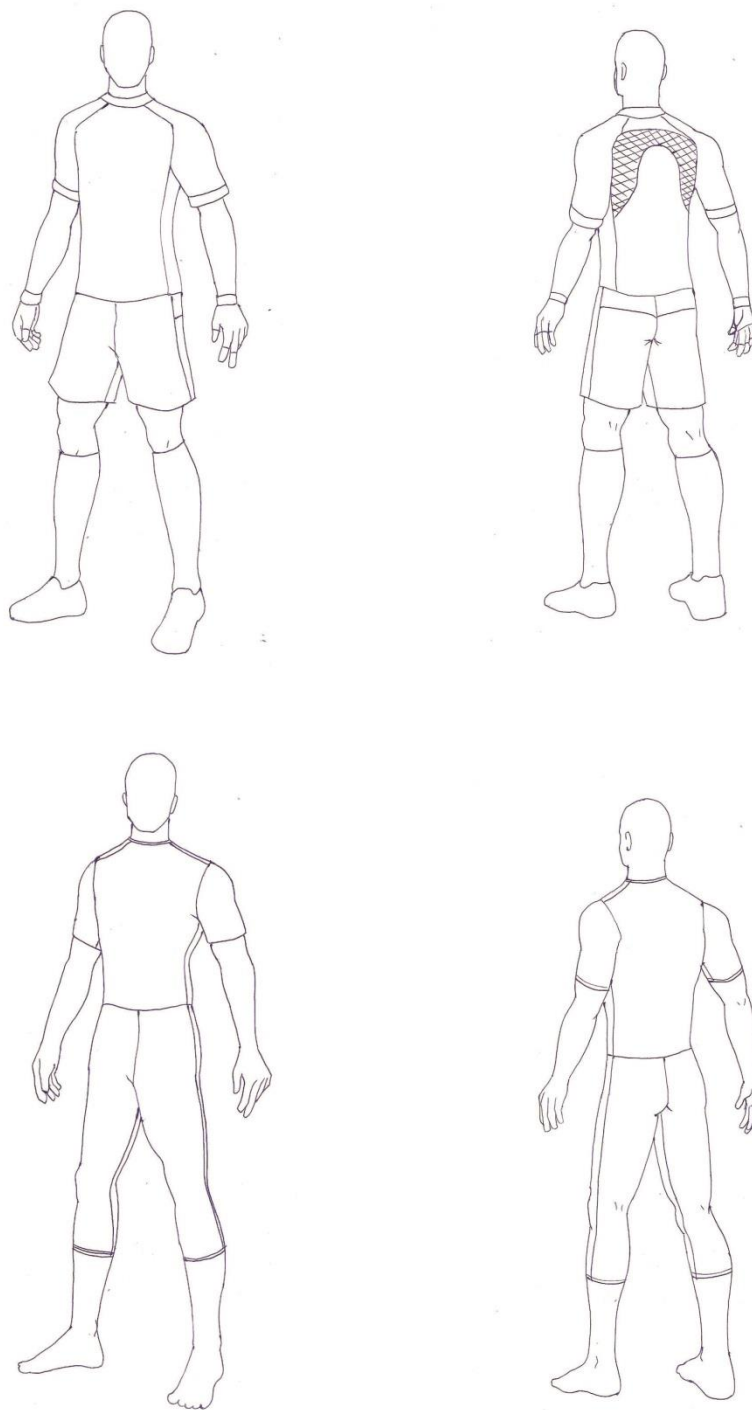


Figura 27: Look 15 e 16
Fonte: Própria

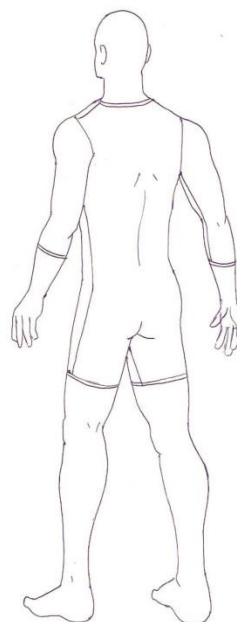
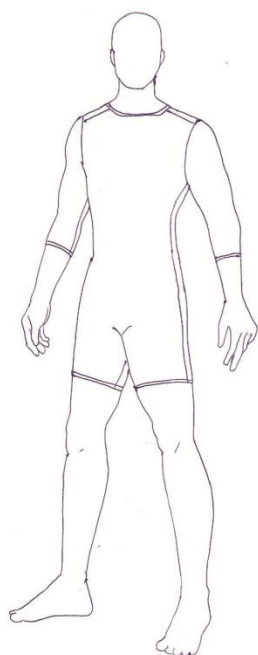
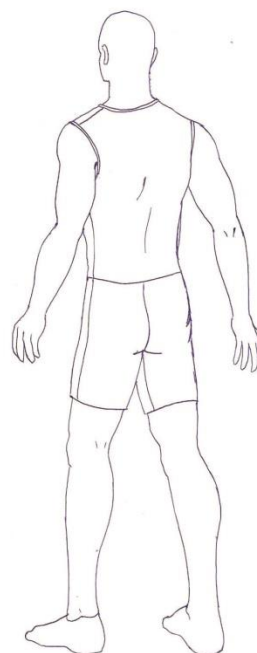
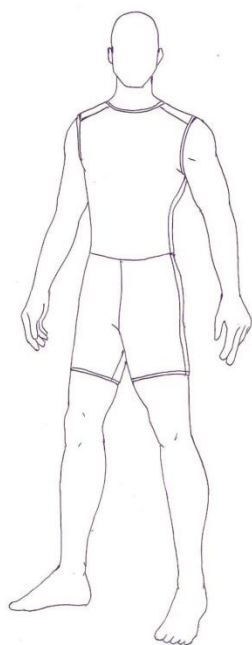


Figura 28: Look 17 e 18
Fonte: Própria

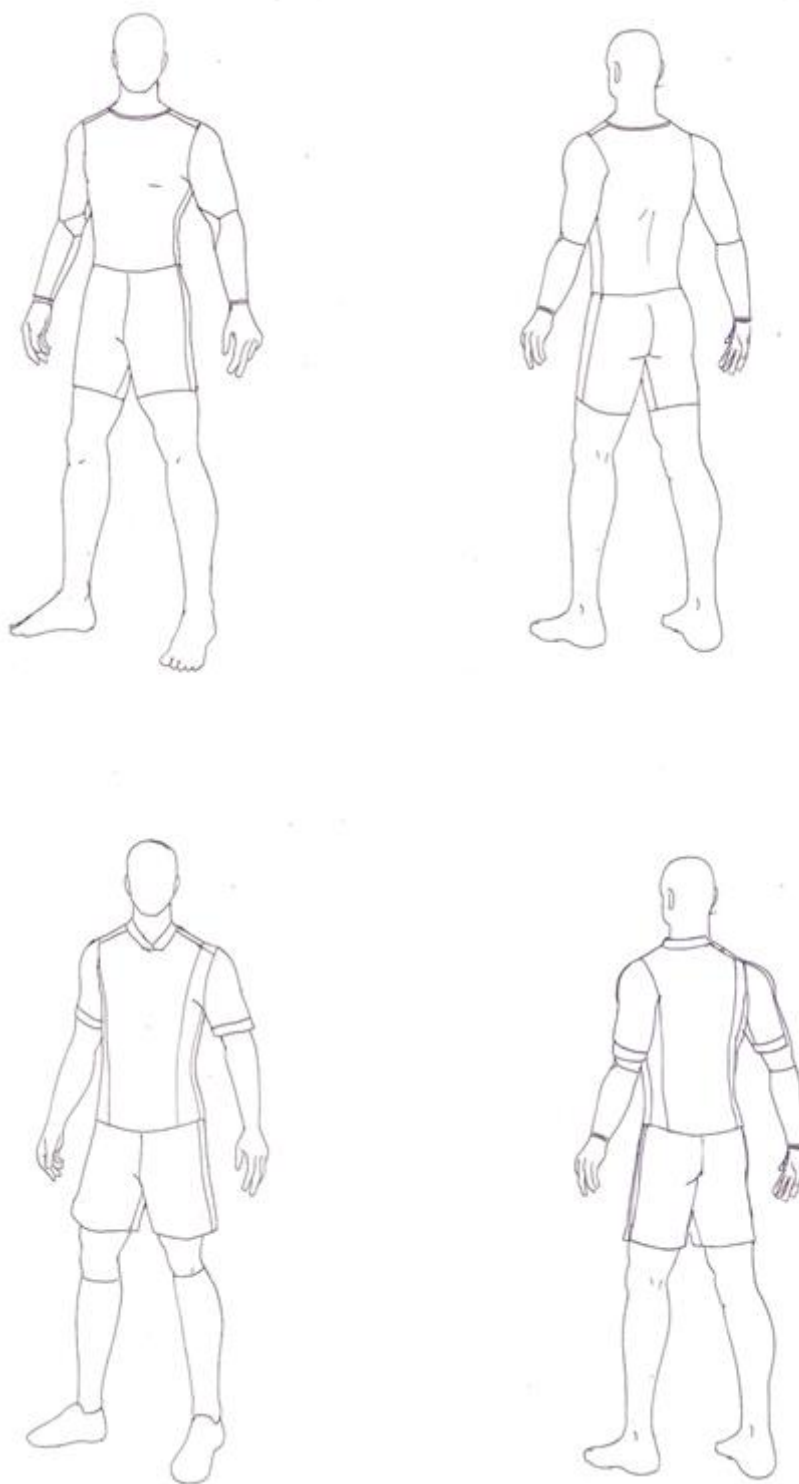


Figura 29: Look 19 e 20
Fonte: Própria

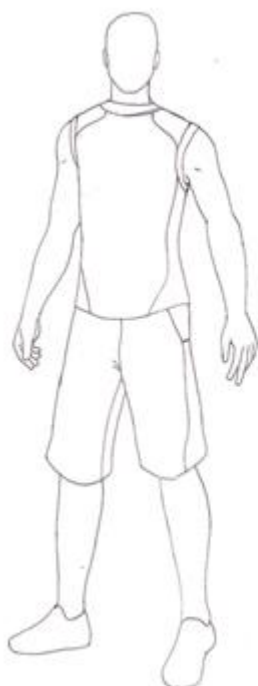
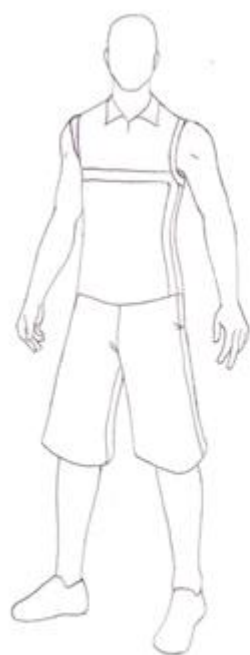


Figura 30: Look 21 e 22
Fonte: Própria

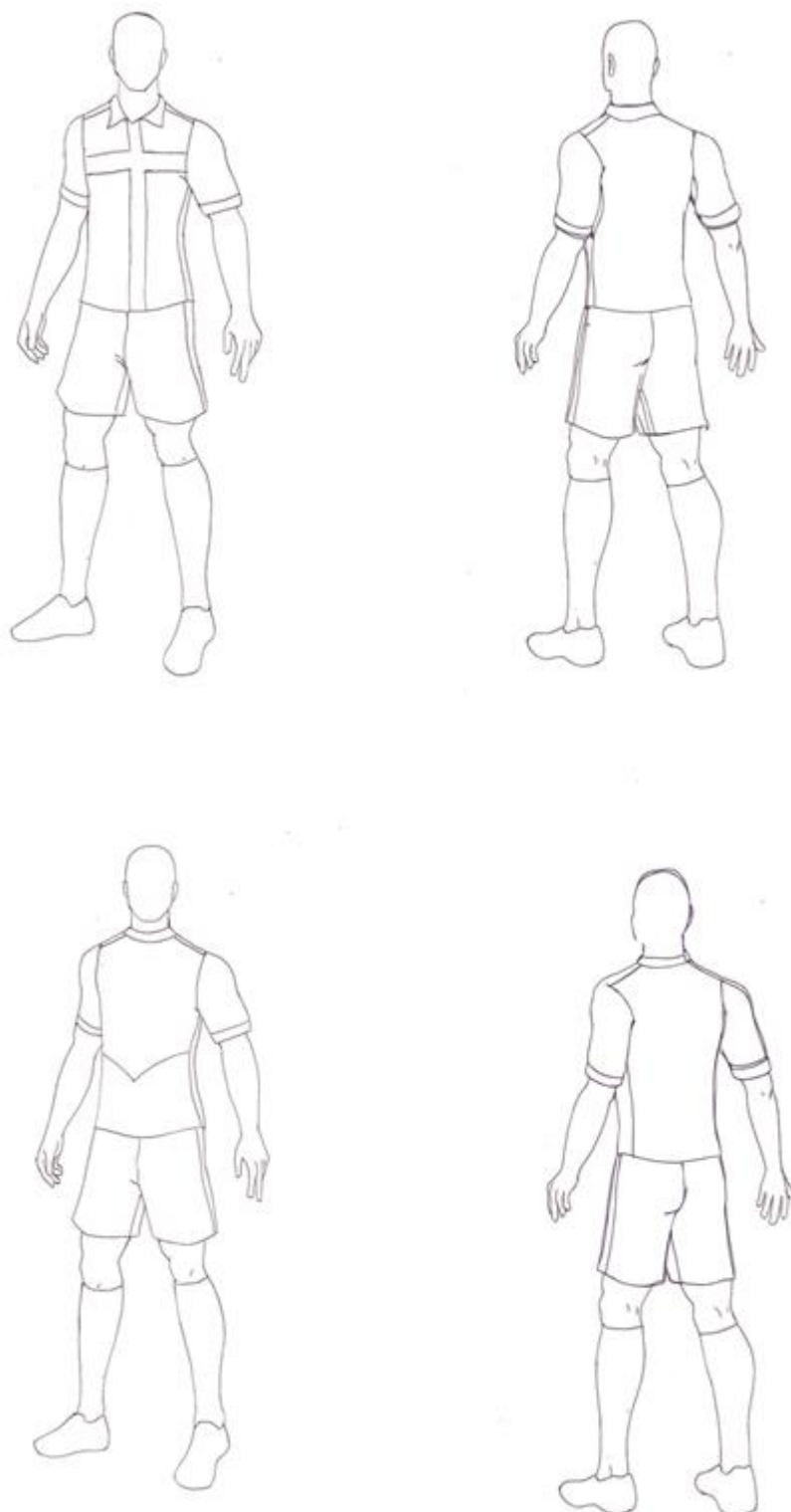


Figura 31: Look 23 e 24
Fonte: Própria

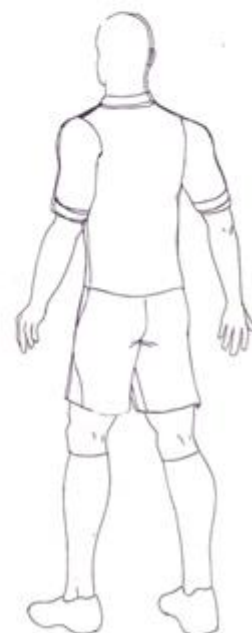
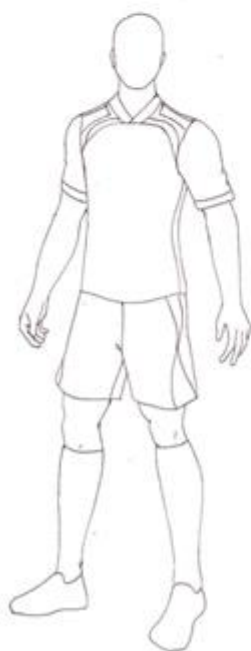
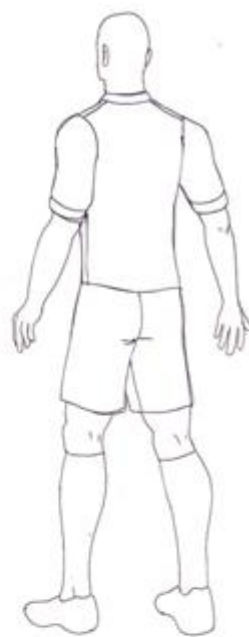
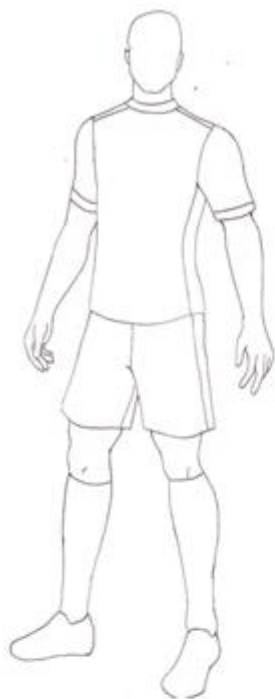


Figura 32: Look 25 e 26
Fonte: Própria

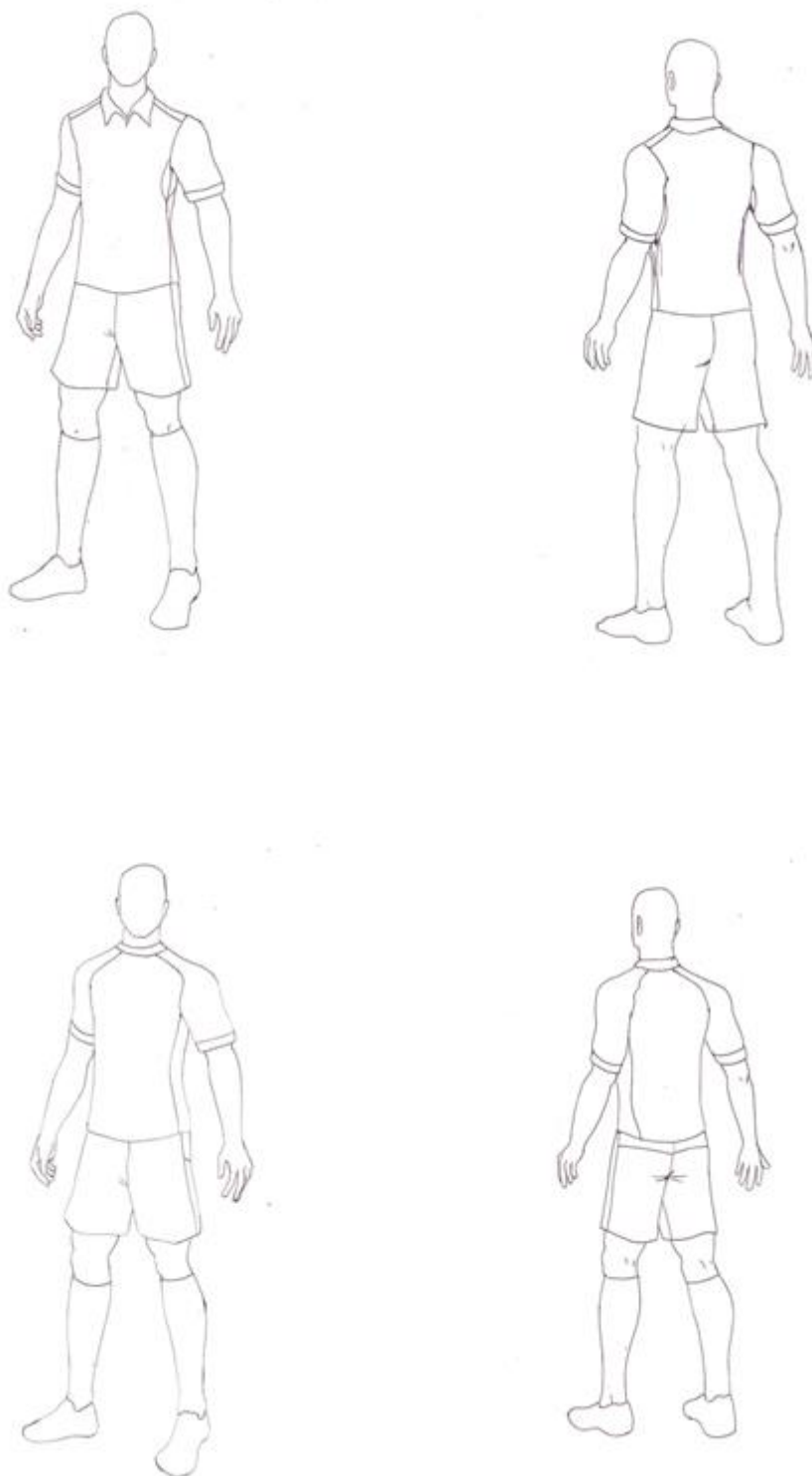


Figura 33: Look 27 e 28
Fonte: Própria

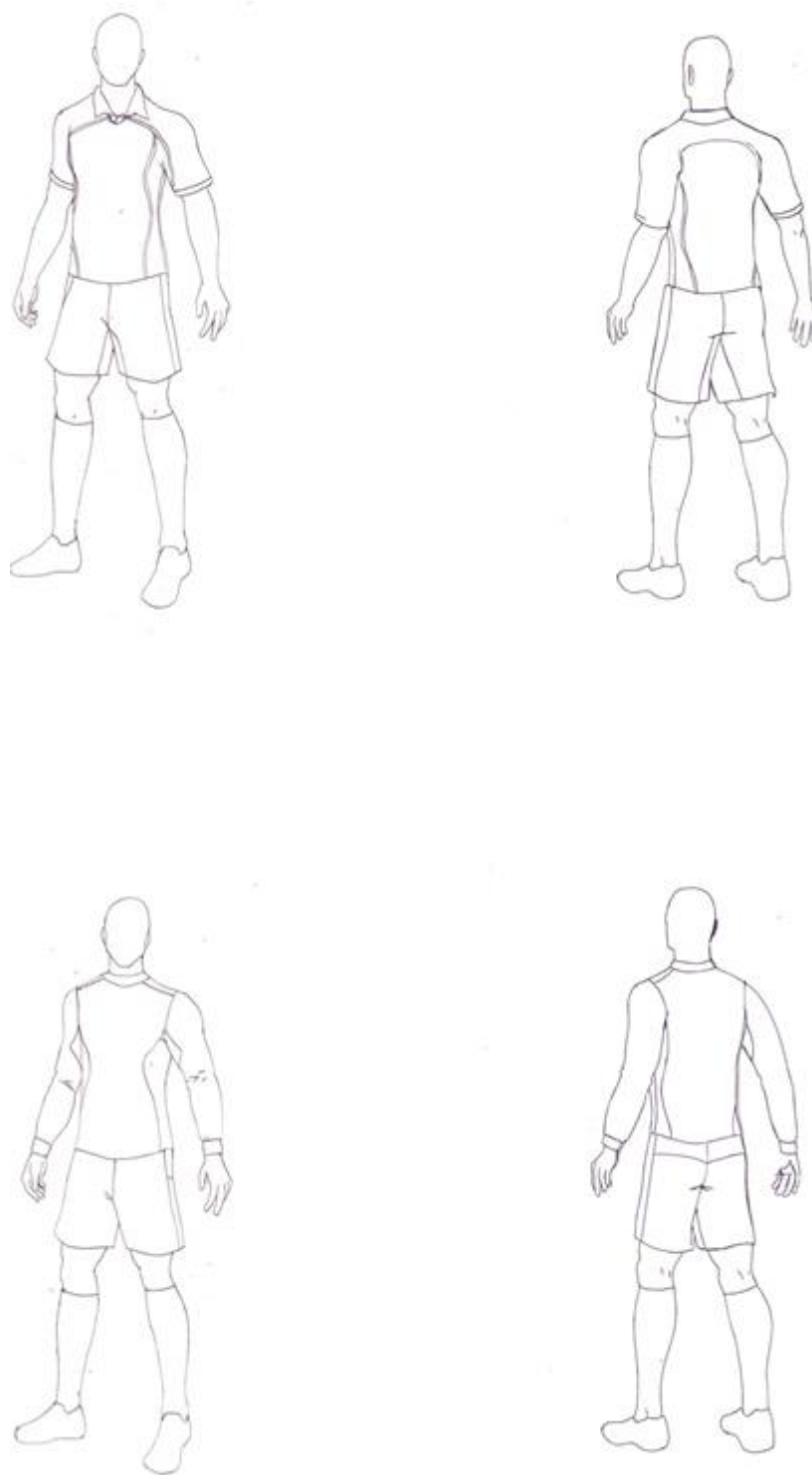


Figura 34: Look 29 e 30
Fonte: Própria

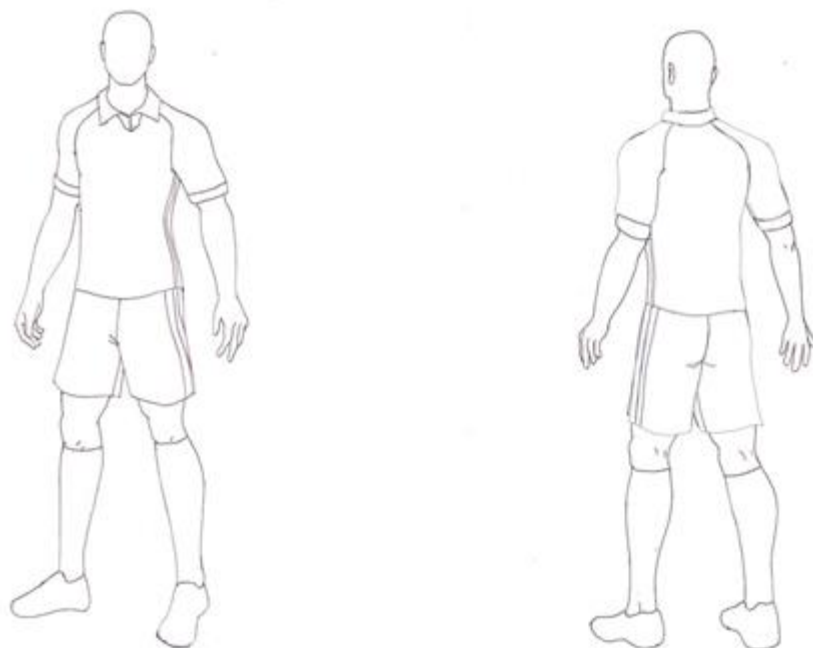


Figura 35: *Look 31*
Fonte: Própria

4.11.2 *Looks* Escolhidos

Para os *looks* escolhidos, foram desenvolvidos uniformes para titular e reserva, e também uniforme de treino. Além disso, foram criados uniformes e acessórios para goleiros e casaco com bermuda casual para viagem.



Figura 36: Look 1
Fonte: Própria

O *Look 1* é o uniforme titular. Ele apresenta cores vivas e *degradê* de quadrados. Esta é uma forma geométrica muito recorrente nas pinturas de Eduardo Kobra. A gola careca respeita a maioria dos votos do público alvo.



Figura 37: *Look 2*
Fonte: Própria

O *Look 2* é o uniforme reserva. Este possui um *degradê* de triângulos, que é uma das formas geométricas que estão sempre presentes nos grafites de Kobra. A gola polo respeita a segunda opção mais votada na pesquisa.



Figura 38: Look 3
Fonte: Própria

O *Look 3* é o uniforme de treino. A roupa é dupla face, para que não haja a necessidade de coletes. Este é outro fator não encontrado no mercado. A transição de faixas claras e escuras nas cores é umas das técnicas utilizadas pelo artista Kobra.



Figura 39: Look 4
Fonte: Própria

O *Look 4* é o uniforme de goleiro. Nele destacam-se as cores e o movimento das artes de Kobra em um fundo preto. A gola respeita a opção gola careca da pesquisa.



Figura 40: Look 5
Fonte: Própria

O look 5 é mais sólido, apresentando apenas duas cores. Utiliza-se a gola polo e também apresenta um acessório de proteção por debaixo do uniforme, que proporciona ao jogador maior conforto e proteção durante as partidas..

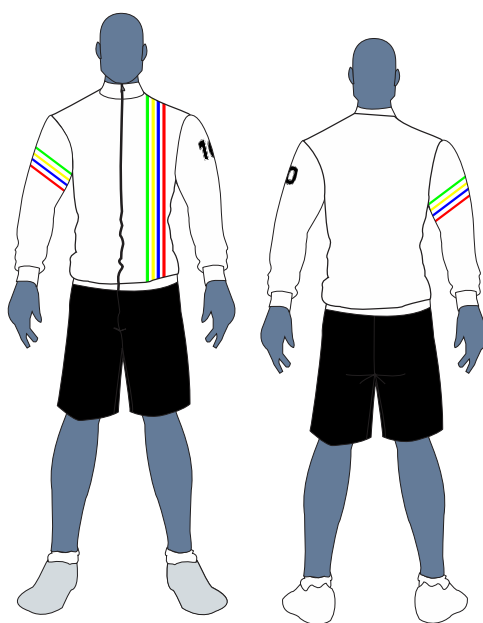


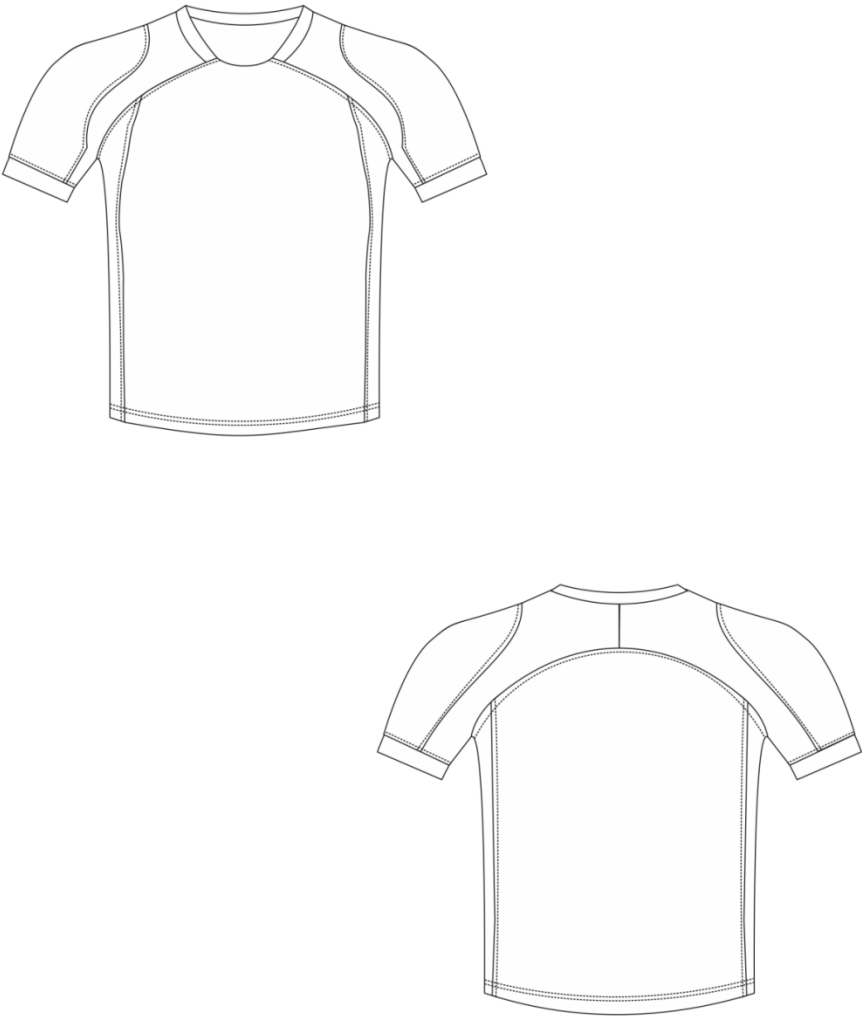
Figura 41: Look 6

Fonte: Própria

O Look 6 são os looks casuais, apresentam um casaco para viagens e treinos no frio, e uma bermuda mais comprida para utilização no dia a dia.

4.12 FICHA TÉCNICA

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 001	MARCA: Allma	ESTILISTA: Allan César Maestá
COLEÇÃO: Primavera/Verão 2016	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: Allan César Maestá
PRODUTO: Camiseta: uniforme de jogo	GRADE: P - M - G	DATA: 06/06/2015



The technical drawing consists of two line-art illustrations of a short-sleeved jersey. The top illustration shows the front view, featuring a crew neck, a ribbed hem, and a ribbed cuff. The bottom illustration shows the back view, highlighting the shoulder yoke and the placement of the side seam.

Figura 42: Ficha Técnica 001
Fonte: Própria

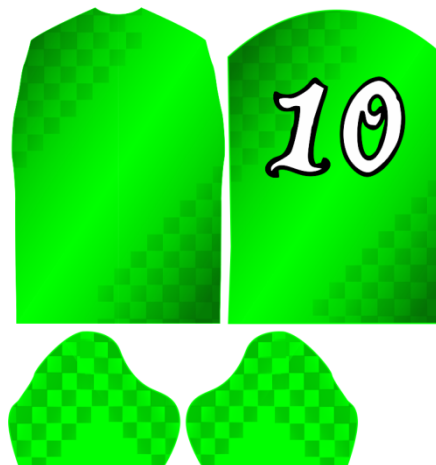
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Dry fit arroz	Malhastec	100%poliéster		
Dry fit triangulo	Malhastec	100%poliamida		
fitness malha	Costa Rica	90% poliamida 10% elastano		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	branca		
linha	tricolã	verde		
linha	tricolã	preta		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 43: Ficha Técnica 001-1
Fonte: Própria

ESTAMPARIA:

REF: 001
 TAMANHO:
 VALOR:

CORES:

**BORDADO:**

REF: 001
 QUANT. PONTOS:
 TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

**LAVANDERIA:**

LAVAGEM:
 VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 45: Ficha Técnica 001-03

Fonte: Própria

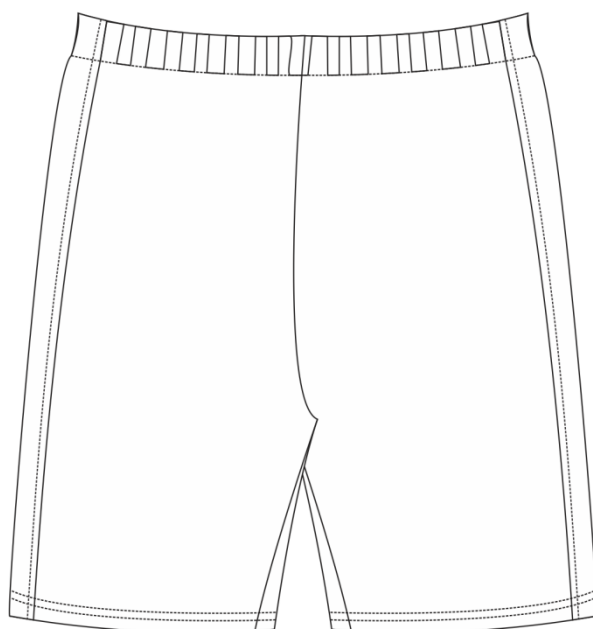
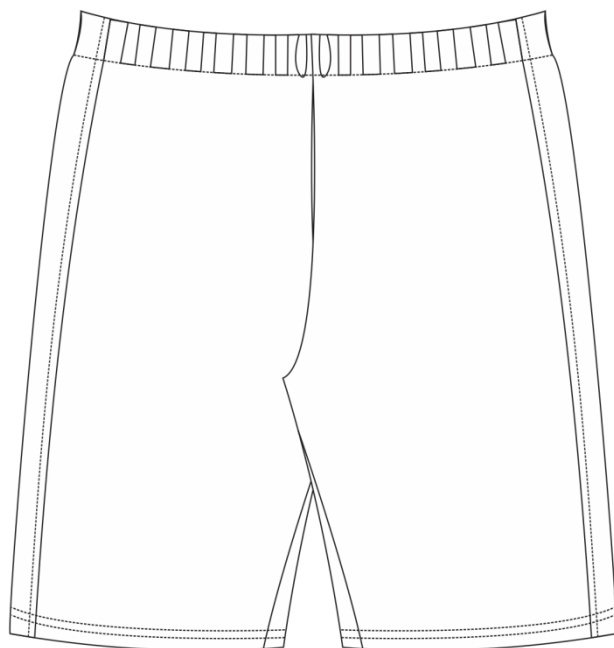
FICHA DESENVOLVIMENTO**REF:**002**COLEÇÃO:**Primavera/Verão 2016**PRODUTO:**Shorts: Uniforme de jogo**MARCA:**Allma**TAMANHO PILOTO:**P**GRADE:**P - M - G**ESTILISTA:** Allan César Maestá**MODELISTA:** Allan César Maestá**DATA:** 06/06/2015

Figura 46: Ficha Técnica 002
Fonte: Própria

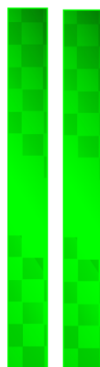
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Dry fit arroz	Malhastec	100%poliéster		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	verde		
linha	tricolã	preta		
elástico	bazar tupi	branco		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 47: Ficha Técnica 002-01
 Fonte: Própria

ESTAMPARIA:

REF: 001
 TAMANHO:
 VALOR:

CORES:

**BORDADO:**

REF: 001
 QUANT. PONTOS:
 TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

**LAVANDERIA:**

LAVAGEM:
 VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 49: Ficha Técnica 002-03

Fonte: Própria

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 003	MARCA: Allma	ESTILISTA: Allan César Maestá
COLEÇÃO: Primavera/Verão 2016	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: Allan César Maestá
PRODUTO: Camiseta: uniforme de jogo	GRADE: P - M - G	DATA: 06/06/2015

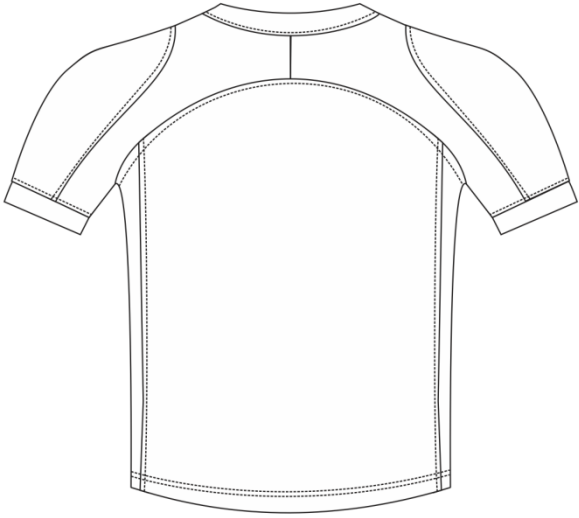
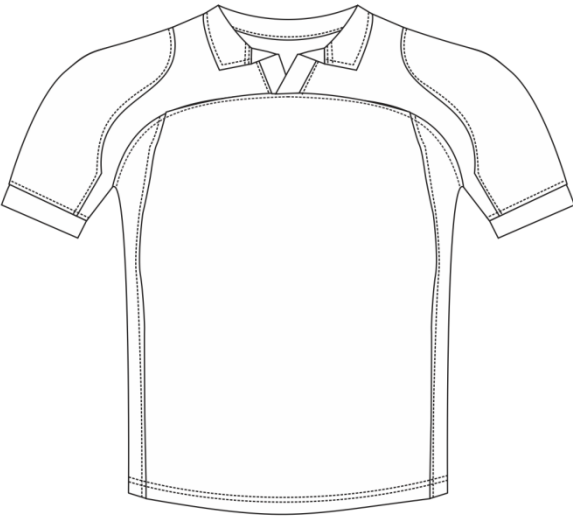


Figura 50: Ficha Técnica 003
Fonte: Própria

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Dry fit arroz	Malhastec	100%poliéster		
Dry fit triangulo	Malhastec	100%poliamida		
Dry telado	Malhastec	100%poliamida		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	branca		
linha	tricolã	vermelha		
linha	tricolã	preta		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 51: Ficha Técnica 003-01
Fonte: Própria

ESTAMPARIA:

REF: 001
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

**BORDADO:**

REF: 001
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

**LAVANDERIA:**

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 53: Ficha Técnica 003-03

Fonte: Própria

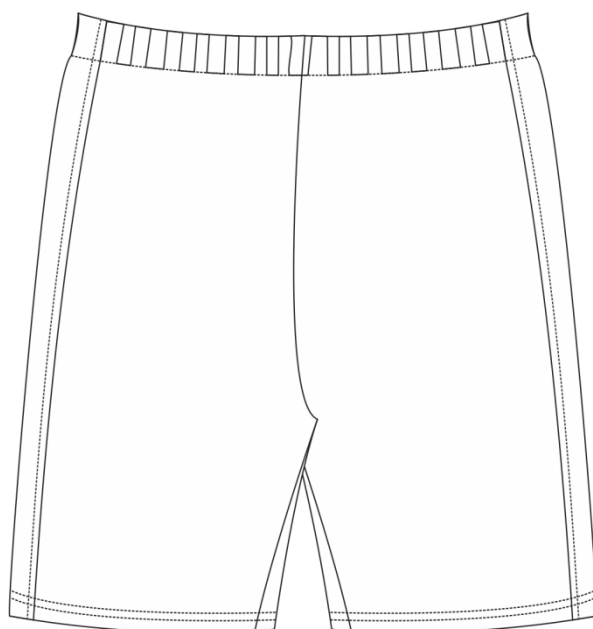
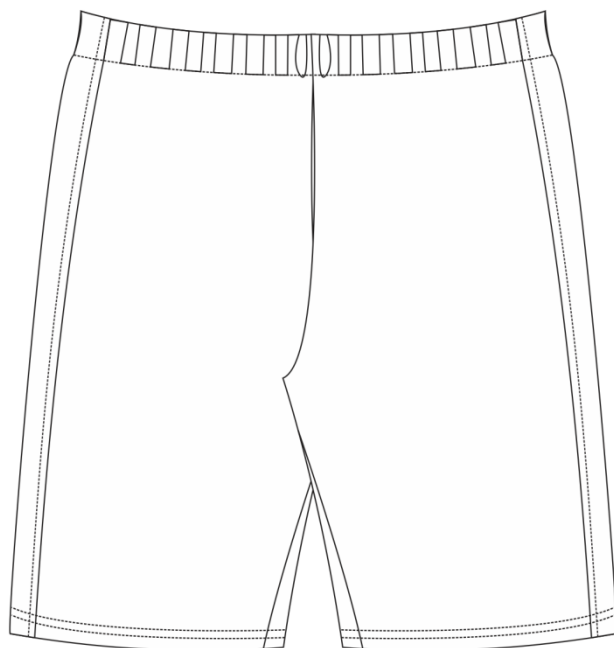
FICHA DESENVOLVIMENTO**REF:**004**COLEÇÃO:**Primavera/Verão 2016**PRODUTO:**Shorts: Uniforme de jogo**MARCA:**Allma**TAMANHO PILOTO:**P**GRADE:**P - M - G**ESTILISTA:**Allan César Maestá**MODELISTA:**Allan César Maestá**DATA:** 06/06/2015

Figura 54: Ficha Técnica 004
Fonte: Própria

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Dry fit arroz	Malhastec	100%poliéster		
Elanquinha	San Reno	100%poliéster		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	branca		
linha	tricolã	vermelha		
elástico	bazar tupi	branco		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 55: Ficha Técnica 004-01
 Fonte: Própria

ESTAMPARIA:

REF: 001
 TAMANHO:
 VALOR:

CORES:

**BORDADO:**

REF: 001
 QUANT. PONTOS:
 TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

**LAVANDERIA:**

LAVAGEM:
 VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 57: Ficha Técnica 004-03

Fonte: Própria

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 005	MARCA: Allma	ESTILISTA: Allan César Maestá
COLEÇÃO: Primavera/Verão 2016	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: Allan César Maestá
PRODUTO: Camiseta: uniforme de jogo	GRADE: P - M - G	DATA: 06/06/2015

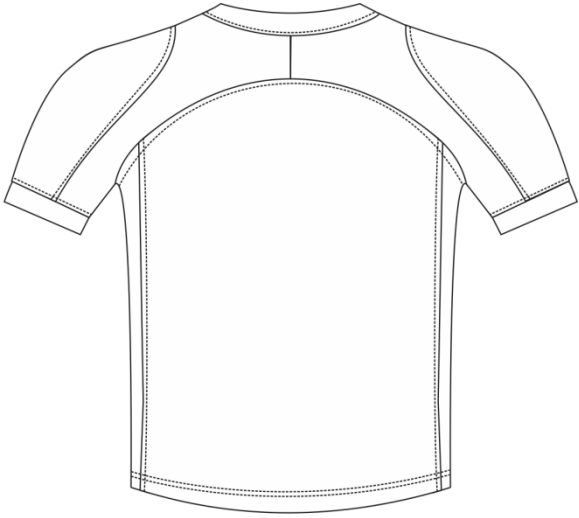
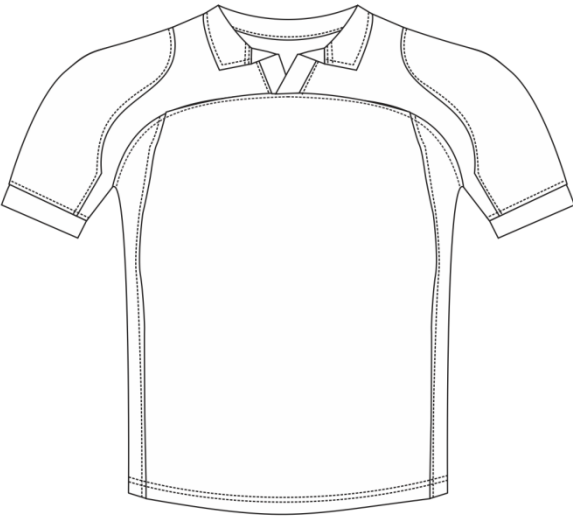


Figura 58: Ficha Técnica 005
Fonte: Própria

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Dry fit triangulo	Malhastec	100%poliéster		
malha fitness	Malhastec	100%poliamida		
Dry telado	Malhastec	100%poliamida		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	branca		
linha	tricolã	rosa		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 59: Ficha Técnica 005-01
 Fonte: Própria

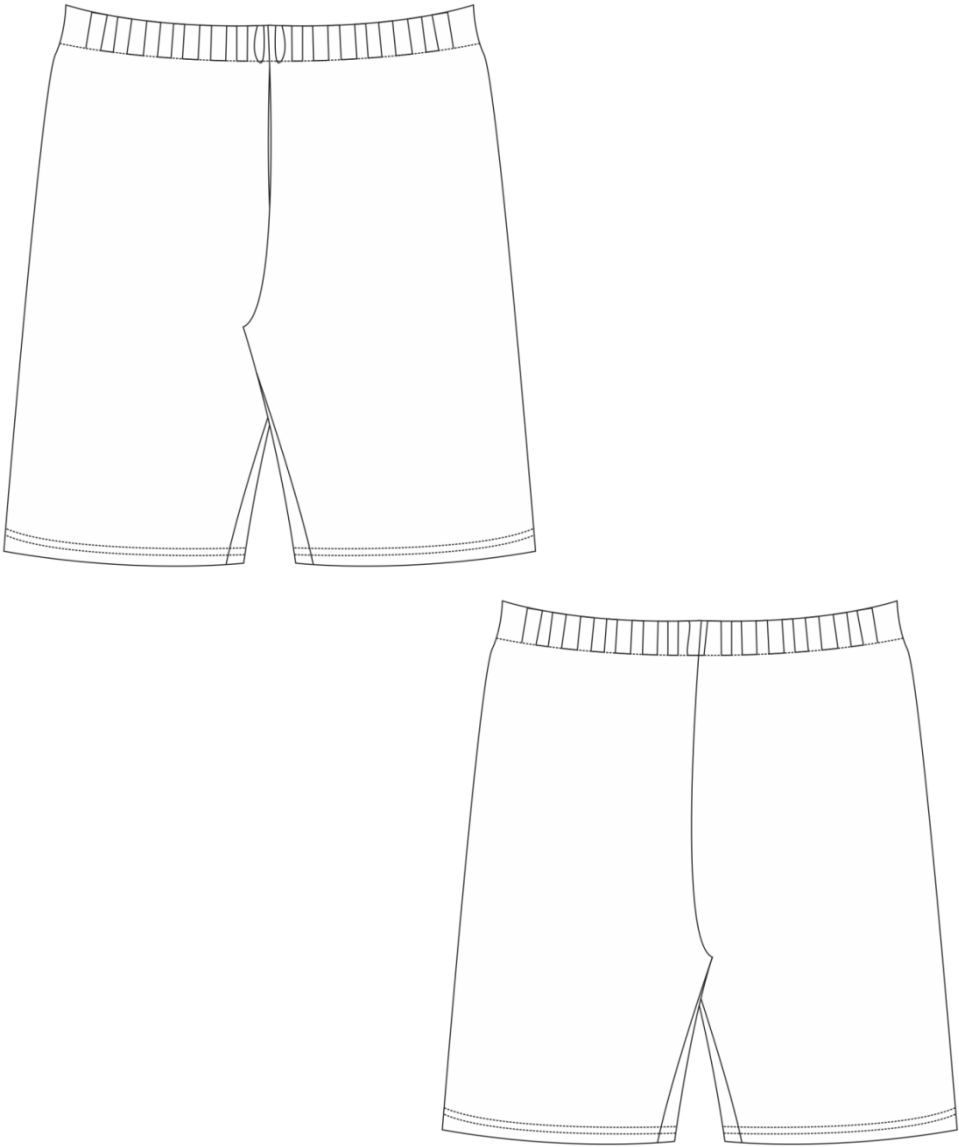
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Dry fit triangulo	Malhastec	100%poliéster		
malha fitness	Malhastec	100%poliamida		
Dry telado	Malhastec	100%poliamida		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	branca		
linha	tricolã	rosa		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 60: Ficha Técnica 005-02
 Fonte: Própria

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Dry fit triangulo	Malhastec	100%poliéster		
malha fitness	Malhastec	100%poliamida		
Dry telado	Malhastec	100%poliamida		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	branca		
linha	tricolã	rosa		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 61: Ficha Técnica 005-03
Fonte: Própria

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 006	MARCA: Allma	ESTILISTA: Allan César Maestá
COLEÇÃO: Primavera/Verão 2016	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: Allan César Maestá
PRODUTO: Shorts: Uniforme de jogo	GRADE: P - M - G	DATA: 06/06/2015



The image displays two technical line drawings of shorts. The top drawing is a front view, showing a pair of shorts with a ribbed elastic waistband, a central fly, and a hemmed bottom edge. The bottom drawing is a back view, showing the same pair of shorts from the rear, highlighting the waistband, the fly, and the hemmed bottom edge. The drawings are simple line art with no shading or color.

Figura 62: Ficha Técnica 006
Fonte: Própria

ESTAMPARIA:

REF: 001

TAMANHO:

VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF: 001

QUANT. PONTOS:

TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

**LAVANDERIA:**

LAVAGEM:

VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 65: Ficha Técnica 006-03

Fonte: Própria

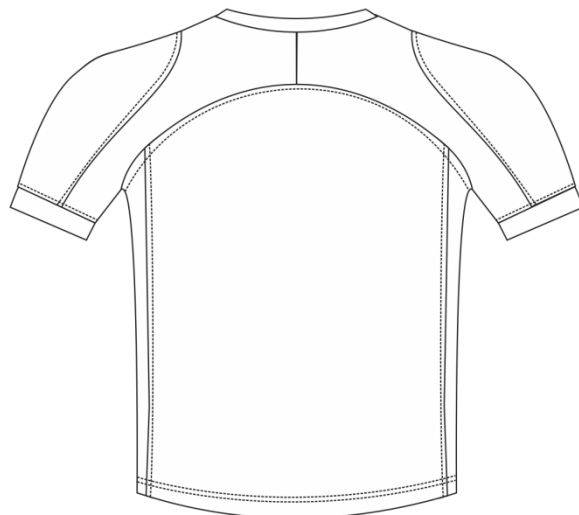
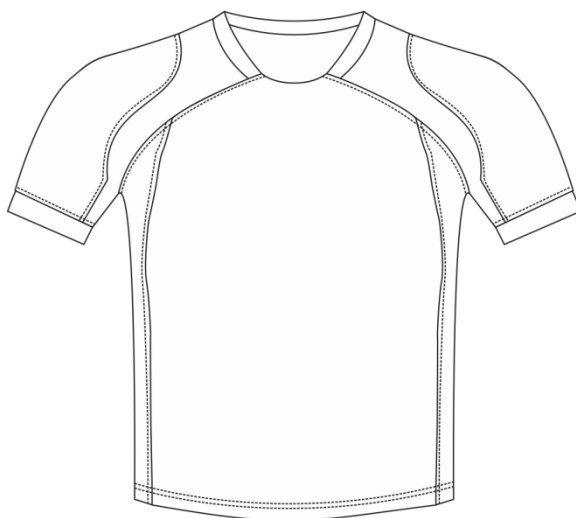
FICHA DESENVOLVIMENTO**REF:**007**COLEÇÃO:**Primavera/Verão 2016**PRODUTO:**Camiseta: uniforme de jogo**MARCA:**Allma**TAMANHO PILOTO:**P**GRADE:**P - M - G**ESTILISTA:** Allan César Maestá**MODELISTA:** Allan César Maestá**DATA:** 06/06/2015

Figura 66: Ficha Técnica 007
Fonte: Própria

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Dry fit arroz	Malhastec	100%poliéster		
Dry fit triangulo	Malhastec	100%poliamida		
fitness malha	Costa Rica	90% poliamida 10% elastano		

AMOSTRAS				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	preta		

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT

VARIAÇÃO CORES				

Figura 67: Ficha Técnica 007-01
Fonte: Própria

ESTAMPARIA:

REF: 001
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

**BORDADO:**

REF: 001
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

**LAVANDERIA:**

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 69: Ficha Técnica 007-03

Fonte: Própria

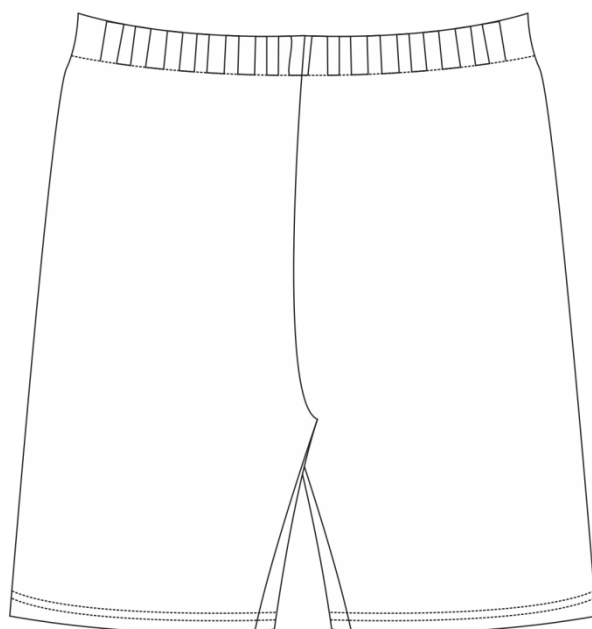
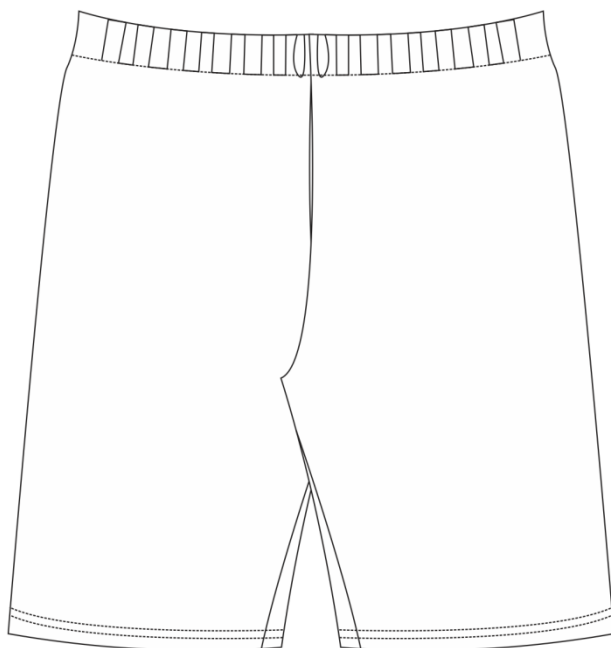
FICHA DESENVOLVIMENTO**REF:**008**COLEÇÃO:**Primavera/Verão 2016**PRODUTO:**Shorts: Uniforme de jogo**MARCA:**Allma**TAMANHO PILOTO:**P**GRADE:**P - M - G**ESTILISTA:** Allan César Maestá**MODELISTA:** Allan César Maestá**DATA:** 06/06/2015

Figura 70: Ficha Técnica 008
Fonte: Própria

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Dryfit arroz	Malhastec	100%poliéster		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	preta		
elástico	bazar tupi	branco		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 71: Ficha Técnica 008-01
 Fonte: Própria

ESTAMPARIA:

REF: 001
 TAMANHO:
 VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF: 001
 QUANT. PONTOS:
 TIPO DE PONTOS:



LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
 VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 73: Ficha Técnica 008-03

Fonte: Própria

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 009	MARCA: Allma	ESTILISTA: Allan César Maestá
COLEÇÃO: Primavera/Verão 2016	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: Allan César Maestá
PRODUTO: Camiseta: uniforme de treino	GRADE: P - M - G	DATA: 06/06/2015

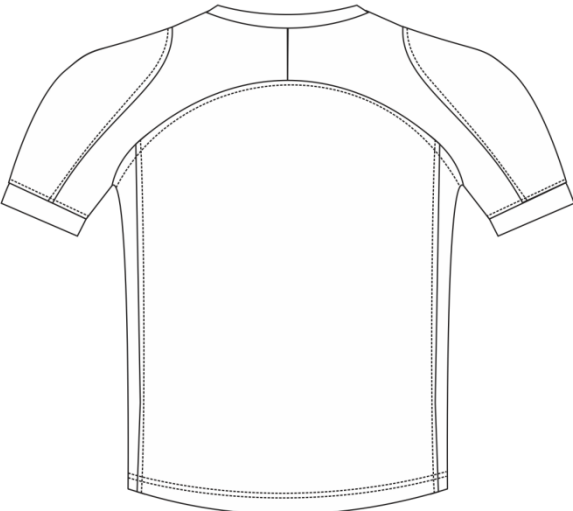
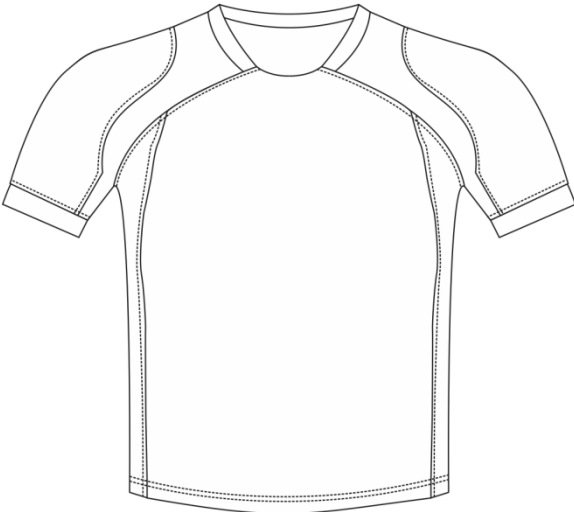


Figura 74: Ficha Técnica 009
Fonte: Própria

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Dry fit arroz	Malhastec	100%poliéster		
Dry fit triangulo	Malhastec	100%poliamida		
fitness malha	Costa Rica	90% poliamida 10% elastano		
Dry fit triangulo	Malhastec	100%poliéster		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	preta		
linha	tricolã	azul		
linha	tricolã	amarela		
linha	tricolã	branca		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 75: Ficha Técnica 009-01
 Fonte: Própria

ESTAMPARIA:

REF: 001
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

**BORDADO:**

REF: 001
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

**LAVANDERIA:**

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 77: Ficha Técnica 009-03

Fonte: Própria

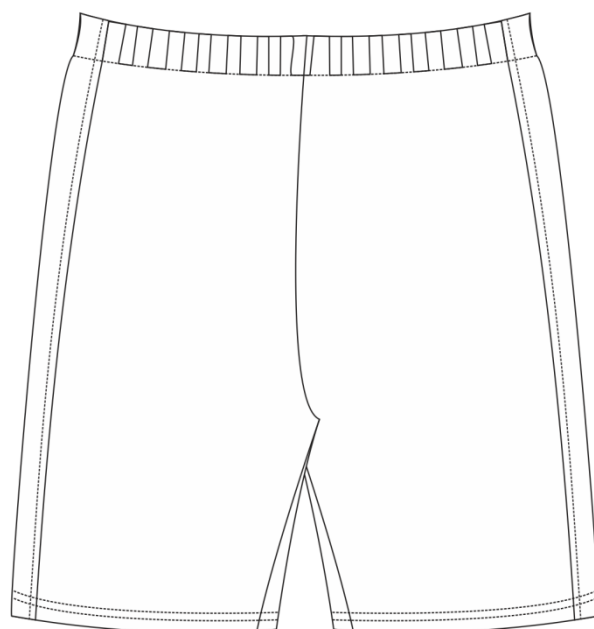
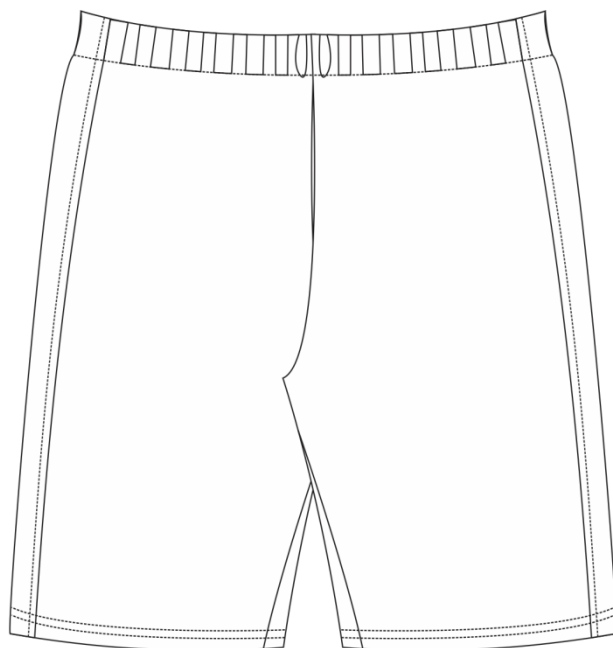
FICHA DESENVOLVIMENTO**REF:** 010**MARCA:** Allma**ESTILISTA:** Allan César Maestá**COLEÇÃO:** Primavera/Verão 2016**TAMANHO PILOTO:** P**MODELISTA:** Allan César Maestá**PRODUTO:** Shorts: Uniforme de treino**GRADE:** P - M - G**DATA:** 06/06/2015

Figura 78: Ficha Técnica 010
Fonte: Própria

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Elanquinha	San Reno	100%poliéster		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	branca		
linha	tricolã	preta		
elástico	bazar tupi	branco		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 79: Ficha Técnica 010-01
 Fonte: Própria

ESTAMPARIA:

REF: 001
 TAMANHO:
 VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF: 001
 QUANT. PONTOS:
 TIPO DE PONTOS:



LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
 VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 81: Ficha Técnica 010-03

Fonte: Própria

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 011	MARCA: Allma	ESTILISTA: Allan César Maestá
COLEÇÃO: Primavera/Verão 2016	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: Allan César Maestá
PRODUTO: Camiseta: uniforme de jogo	GRADE: P - M - G	DATA: 06/06/2015




Figura 82: Ficha Técnica 011
Fonte: Própria

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
moleton	Costa rica	100% algodão		
ribana	Costa rica	100% algodão		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	branca		
linha	tricolã	verde		
linha	tricolã	amarela		
linha	tricolã	vermelha		
linha	tricolã	azul		
viés	tricolã	verde, vermelho, azul e amarelo		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 83: Ficha Técnica 011-01
 Fonte: Própria

ESTAMPARIA:

REF: 001
 TAMANHO:
 VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF: 001
 QUANT. PONTOS:
 TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
 VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 85: Ficha Técnica 011-04

Fonte: Própria

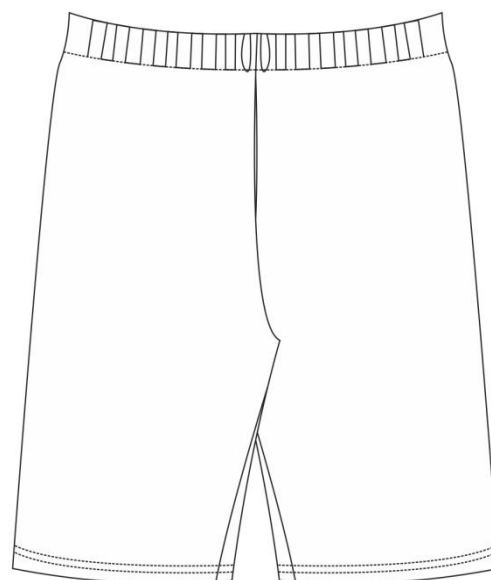
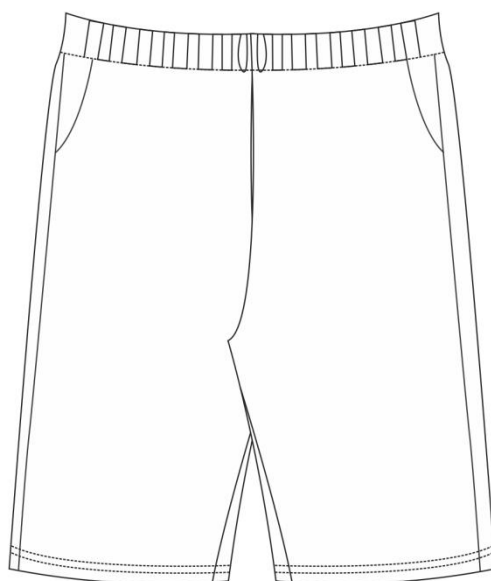
FICHA DESENVOLVIMENTO**REF:**012**COLEÇÃO:**Primavera/Verão 2016**PRODUTO:**Shorts de viagem**MARCA:**Allma**TAMANHO PILOTO:**P**GRADE:**P - M - G**ESTILISTA:** Allan César Maestá**MODELISTA:** Allan César Maestá**DATA:** 06/06/2015

Figura 86: Ficha Técnica 012
Fonte: Própria

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Dry triangulo	Malhastec	100% poliamida		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	preta		
elástico	tricolã	branco		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 87: Ficha Técnica 012-01
 Fonte: Própria

ESTAMPARIA:

REF: 001
 TAMANHO:
 VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF: 001
 QUANT. PONTOS:
 TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
 VALOR:

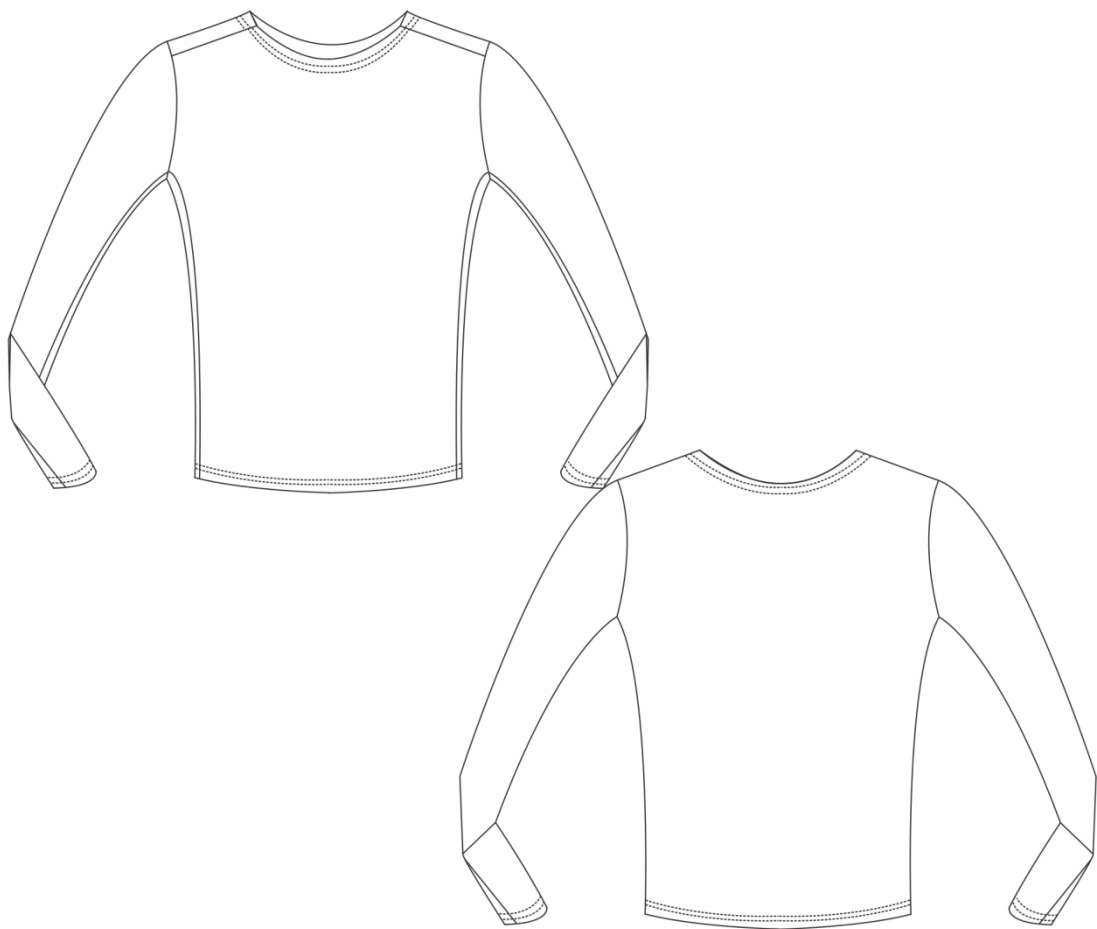
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 89: Ficha Técnica 012-02

Fonte: Própria

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 013	MARCA: Allma	ESTILISTA: Allan César Maestá
COLEÇÃO: Primavera/Verão 2016	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: Allan César Maestá
PRODUTO: Camiseta: acessório de proteção	GRADE: P - M - G	DATA: 06/06/2015



The image displays two technical line drawings of a long-sleeved t-shirt. The top drawing is a front view, showing a crew-neck collar, a ribbed hem, and ribbed cuffs. The bottom drawing is a back view, showing the same garment from the reverse side. The drawings are simple line art with no shading or color.

Figura 90: Ficha Técnica 013
Fonte: Própria

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
malha fitness	Costa rica	90%poliamida 10%elastano		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	preta		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 91: Ficha Técnica 013-01
Fonte: Própria

ESTAMPARIA:

REF: 001
 TAMANHO:
 VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF: 001
 QUANT. PONTOS:
 TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
 VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 93: Ficha Técnica 013-03

Fonte: Própria

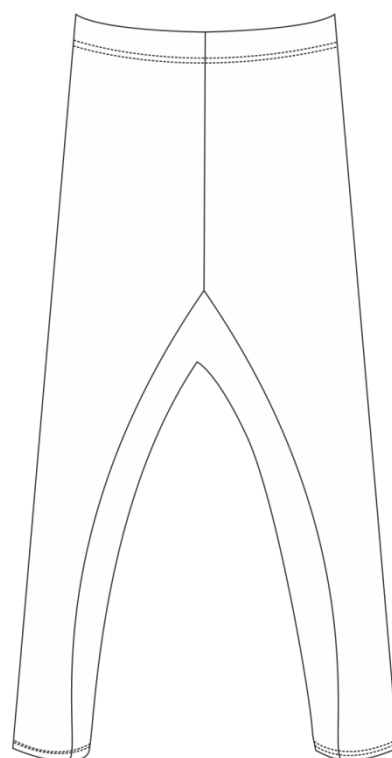
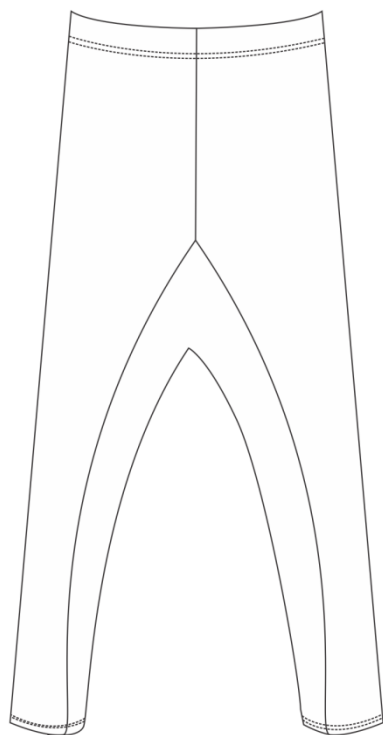
FICHA DESENVOLVIMENTO**REF:**0014**COLEÇÃO:**Primavera/Verão 2016**PRODUTO:**Shorts de proteção**MARCA:**Allma**TAMANHO PILOTO:**P**GRADE:**P - M - G**ESTILISTA:**Allan César Maestá**MODELISTA:**Allan César Maestá**DATA:** 06/06/2015

Figura 94: Ficha Técnica 014[
Fonte: Própria

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
malhas fitness	Costa Rica	90%poliamida 10%elastano		
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
linha	tricolã	preta		
elástico	bazar tupi	branco		
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 95: Ficha Técnica 014-01
Fonte: Própria

5 PRANCHAS DOS LOOKS CONFECCIONADOS



Figura 98: Prancha do *Look 1*
Fonte: Própria



Figura 99: Prancha do Look 2
Fonte: Própria



Figura 100: Prancha do Look 3
Fonte: Própria



Figura 101: Prancha do Look 4
Fonte: Própria



Figura 102: Prancha do Look 5
Fonte: Própria



Figura 103: Prancha do Look 6
Fonte: Própria

6 SEQUÊNCIA DE ENTRADA DO DESFILE

Os modelos deverão entrar ao som de “True Skool” dos artistas Coldcut, com apenas uma maquiagem básica para uniformizar o tom da pele. A sequência dos *looks* se encontra nas imagens a seguir:



Figura 104: Modelo 1

Fonte: Própria



Figura 105: Modelo 2
Fonte: Própria



Figura 106: Modelo 3
Fonte: Própria



Figura 107: Modelo 4
Fonte: Própria

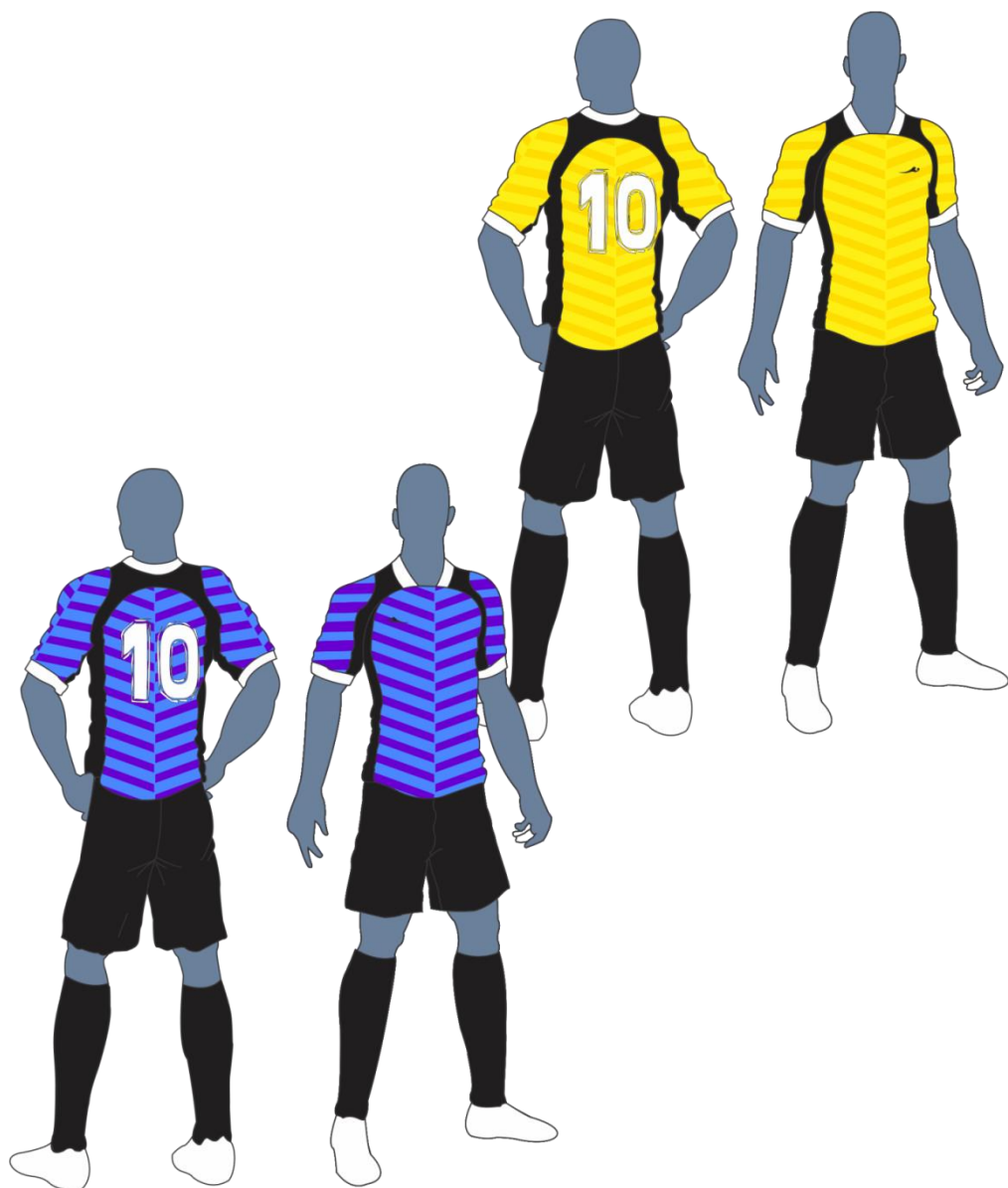


Figura 108: Modelo 5
Fonte: Própria

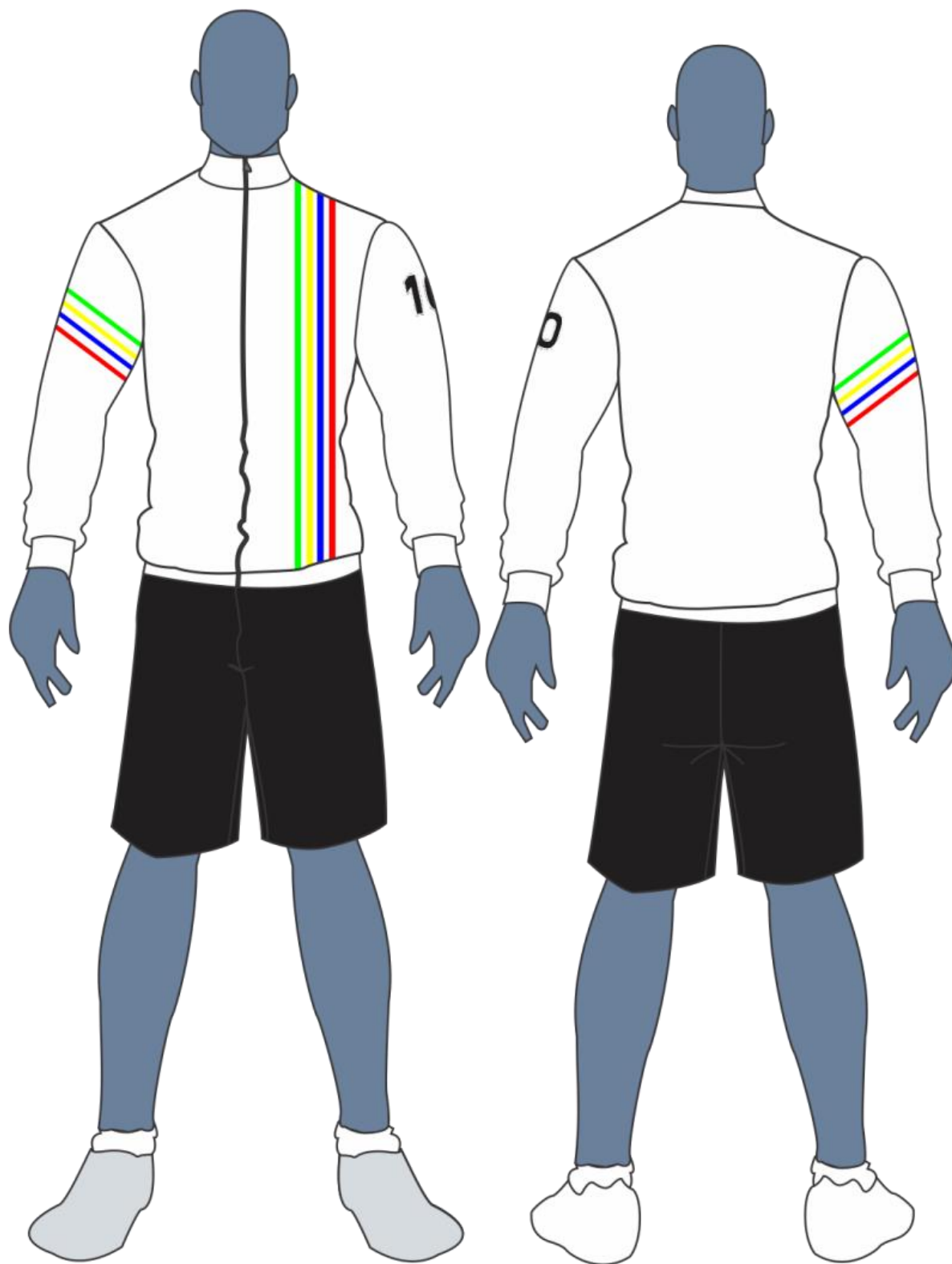


Figura 109: Modelo 6
Fonte: Própria

7 PLANEJAMENTO DO DOSSIÊ ELETRÔNICO



Figura 110: Página Inicial
Fonte: Própria

A página inicial do site mostra o logo e mostra as imagens da marca. No cabeçalho há a opção de conhecer a marca, conhecer o catálogo, loja virtual, localização e lojas filiais. Há também opções para curtir a página da empresa no *Facebook*.



Figura 111: Página "marca"

Fonte: Própria

A página “marca” comenta quem é a empresa e quais são seus objetivos.



Figura 112: Página Catálogo

Fonte: Própria

Na opção catálogo, o visitante pode ver as fotos realizadas para a produção do catálogo físico.

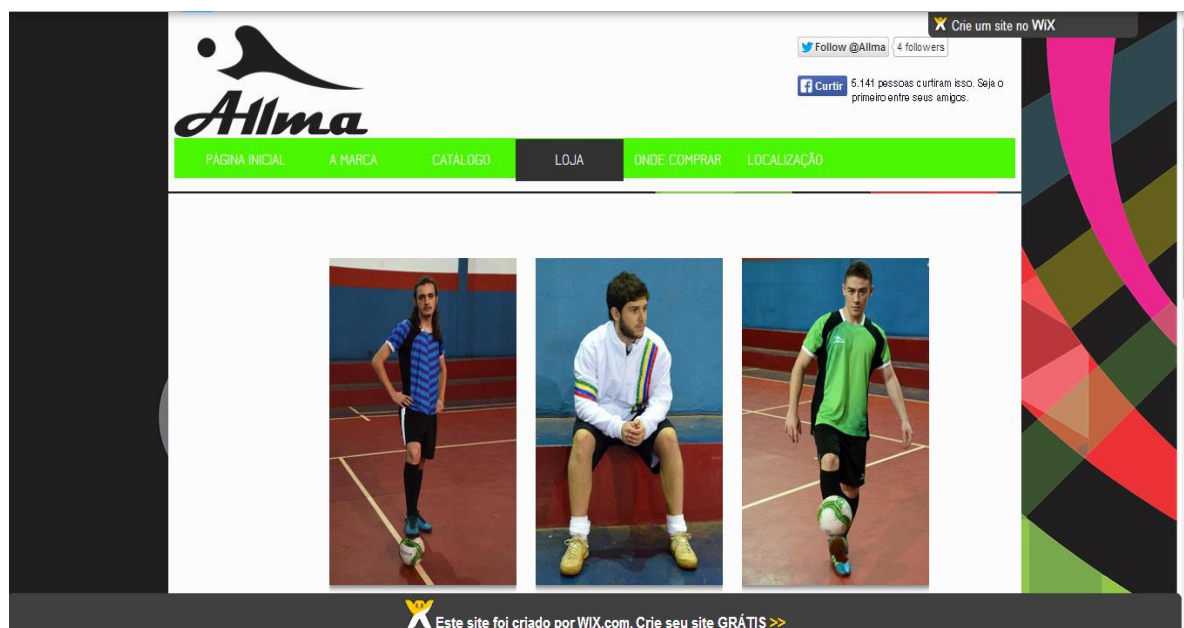


Figura 113: Página Loja
Fonte: Própria

Na opção loja, o visitante pode conhecer nossos produtos e fazer compras online para todo o Brasil.

8 PLANEJAMENTO DE CATÁLOGO

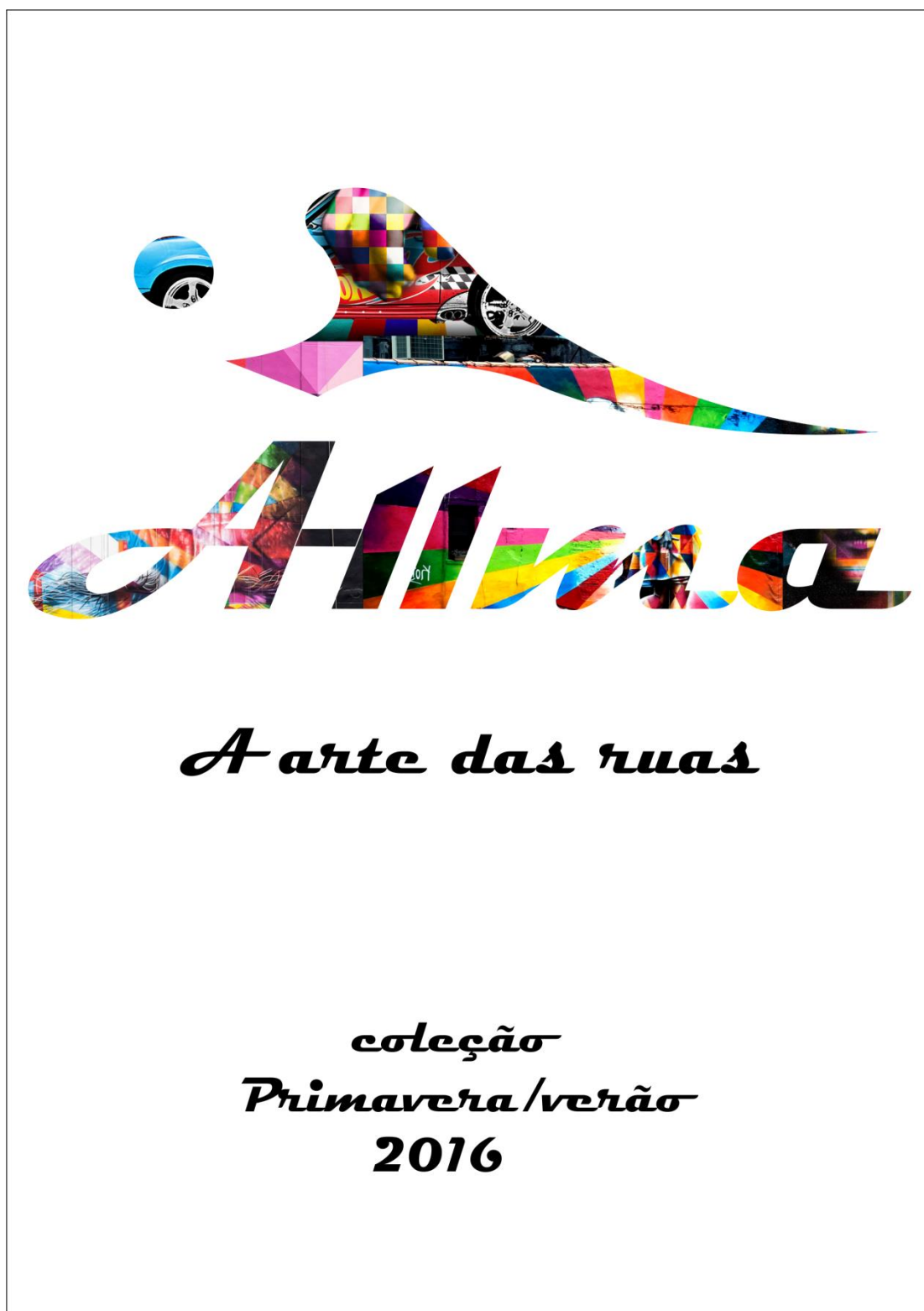


Figura 114: Capa Catálogo
Fonte: Própria



Figura 115: Imagem 1
Fonte: Própria



Figura 116: Imagem 2
Fonte: Própria



Figura 117: Imagem 3
Fonte: Própria



Figura 118: Imagem 5
Fonte: Própria



Figura 119: Imagem 6
Fonte: Própria



Figura 120: Imagem 8
Fonte: Própria



Figura 121: Imagem 10
Fonte: Própria



Figura 122: Imagem 11
Fonte: Própria



Figura 123: Imagem 12
Fonte: Própria



Figura 124: Imagem 13
Fonte: Própria



Figura 125: Imagem 14
Fonte: Própria



Figura 126: Imagem 15
Fonte: Própria



Figura 127: Imagem 16
Fonte: Própria



Figura 128: Imagem 17
Fonte: Própria



Figura 129: Imagem 18
Fonte: Própria



Figura 130: Imagem 19
Fonte: Própria

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando todos os estudos desenvolvidos, o trabalho em questão procurou atingir os objetivos a serem cumpridos, visto que desenvolveu uma coleção de acordo com os gostos do público. Apesar de se tratar de uma empresa fictícia o relatório apresentado mostra um mercado de possibilidades inesgotáveis.

Por se tratar de um dos esportes mais populares do Brasil, onde será situada a empresa, as chances da Allma se fortalecer com o passar do tempo é comprovada ao se demonstrar que ainda há brechas a serem atendidas para o consumidor. Atentou-se em apresentar algo ainda não encontrado no mercado e também que respeitasse os gostos de seus potenciais clientes sem cometer exageros.

REFERÊNCIAS

ABQCT – Associação Brasileira de Químicos Têxteis. Ultra-Fresh Silpure - A Nova Geração Antimicrobiana Baseada na Nanotecnologia da Prata. **Química Têxtil n° 80/set**, 2005.

BARBOSA F., NUNES, A. **Projeto e desenvolvimento de produtos**. Editora: Atlas: São Paulo. 2009.

BAXTER, M.. Projeto de produto. **Guia prático para design de novos produtos**. Editora: Blucher: São Paulo. 1998.

CARVALHO, L. O Design por Trás dos Uniformes das Seleções da Copa de 2014. **Revista Exame, Versão Web** Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/noticias/o-design-por-tras-dos-uniformes-das-selecoes-da-copa-de-2014>> Acesso: 24 mai. 2014

CASTRO, J. A. **História do Futebol – Estórias da Bola**. Editora: Edipromo, 1ª edição, São Paulo, 2006.

BEST CELEBRITY STYLE: Disponível em: <<http://bestcelebritystyle.com/moschino-fall-winter-2015-2016-collection-milan-fashion-week/moschino-fallwinter-2015-2016-collection-milan-fashion-week-7/>>. Acesso em 12 mai. 2015

CBFS – Confederação Brasileira de Futebol de Salão. **O Esporte da Bola Pesada que Virou Uma Paixão**. Disponível em: <https://www.cbfs.com.br%2F2009%2Fcbfs%2Forigem.php&h=zAQG_CsVs> 2009. Acesso em: 24 mai. 2014.

DEMIR, A., BEHERY, H.M., Synthetic filament yarn texturing technology. **Ed Prentice Hall**, New Jersey, 1997.

DIÁRIO DIGITAL. **Filtro DeoWear, alternativa ao desodorizante, chega a Portugal**. Disponível em: < http://diariodigital.sapo.pt/news.asp?id_news=595922> Acesso em: 03 mai. 2014

DORO, Bruno. **Futebol de várzea vive sua própria guerra de marcas esportivas, com menos glamour e tecnologia**. Disponível em:<<http://esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/copa-kaiser/ultimas->

noticias/2012/10/23/futebol-de-varzea-vive-sua-propria-guerra-de-marcas-esportivas-com-menos-glamour-e-tecnologia.htm>. Acesso em: 01 mai. 2014

ESCOLA ESTADUAL DE FORTALEZA. **Time de Futsal da Escola** Disponível em: <<http://escolamatiassbeck.blogspot.com.br/2011/01/time-de-futsal-da-escola.html>> Acesso em: 02 mai. 2014

UEFA. **Champions – Game**. Disponível em: <<http://pt.uefa.com/uefachampionsleague/season=2009/matches/>> Acesso em: 12 mai. 2014

Faith Popcorn Brain Reserve. Acesso Disponível em: <<http://www.faithpopcorn.com/trendbank/>> Acesso em: 12 mai. 2015

FIFA – Football International Federation Association. **Classic Football - The Game**. Disponível em: <<http://www.fifa.com/classicfootball/history/the-game/origins.html>>. Acesso em: 24 mai. 2014

FIFA – Football International Federation Association. **Classic Football - The Game**. Disponível em: <<http://www.fifa.com/classicfootball/history/the-game/origins.html>>. Acesso em: 24 mai. 2014

GRAVE, J.; FANGUERO, R.; SOLTINHO, F.; HENRIQUES, M. Proposta de Desenvolvimento de Vestuário Interior Aplicada ao Futsal. **Encuentro Latinoamericano de Diseño**, 2007.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. Editora: Atlas: São Paulo. 2002.

GRAVE, M. F. **A Modelagem Sob a Ótica da Ergonomia**. São Paulo: Zennex Publishing, 2004.

GLOBO ESPORTE **MANTOS F.C.** Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/blogs/especial-blog/manto-fc/post/conheca-camisas-que-italia-vai-usar-na-copa-do-mundo.html>> Acesso em: 02 mai. 2014

IIDA, ITIRO. **Ergonomia Projeto e Produção**. Editora: Edgard Blucher: São Paulo. 2005.

JONES, SEE **Jenkyn. Fashion Design: Manual do Estilista**. Tradução: Iara Biderman São Paulo: Cosac Naify, 2005.

KADOLPH, S.J., LANGFORD, A.L., Textiles. **Ed. Prentice Hall**. New Jersey, 2006.

POPCORN, Faith. Do casulo às 99 vidas. **HSM Management**, set./out. 1998. p. 140-146, 2002.

RADICETTI, Elaine. **Medidas Antropométricas e Utilização em sistema CAD-CAM na indústria do vestuário**. SENAI/CETIQT; Rio de Janeiro; Brasil, 1996.
SALVADOR, L.; SASSI, B.; RATTO, L. E.; MAROJA, R.; CÉLLUS; SATTO; IRIA, L. A Evolução do Futebol 01 O Uniforme. **Revista Placar nº 1328 mar. 2009, p. 50–51**. Editora: Abril, São Paulo, 2009.

SANCHES, R. A.; VICENTINI, C. R. G.; RAMOS, J. B.; COSTA, S. A.; GOMES, S. H. A.; PIRES, H. F. F.; ARAÚJO, M. C. Principais Matérias-Primas Utilizadas na Confecção de Uniformes de Futebol. **6º Colóquio de Moda**, 2010.

SMIT, BARBARA. **Invasão de Campo. Adidas, Puma e os Bastidores do Esporte Moderno**. Editora: Zahar: Rio de Janeiro. 2006.

SOUTO, A. P.; VENTURA, S.; CARNEIRO, N. Acabamento de têxteis multifuncionais com nanocompósitos poliméricos. **Centro de Ciência e Tecnologia Têxtil – Universidade do Minho Guimarães – Portugal**, 2011

SHIBASAKI, M., WILSON, T.E., CRANDALL, C.G. Neural control and Mechanisms of Eccrine Sweating During Heat Stress and Exercise. **Journal of Applied Physiology**, 100:1692-1701, 2006.

SEBRAE, **Entre microempresas, pequena empresa e MEI** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Entenda-as-distin%C3%A7%C3%B5es-entre-microempresa,-pequena-empresa-e-MEI>> Acesso em 24 mai 2014.

ZARANTIM, S. Aspectos Socioculturais do Futsal. **Sistema Integrado de Publicações Eletrônicas da Faculdade Araguaia – SIPE**, v. 2, n. 2, 2012.

ANEXO A – QUESTIONÁRIO APLICADO

Idade:

1. O que você procura no vestuário para pratica de futsal?

Baixo custo()

Estética ()

Conforto ()

2. Até quanto você estaria disposto a gastar em uma peça?

Entre 10 a 50 reais ()

Até 70 reais ()

Até 150 reais ()

Até 200 reais ()

Acima de 200 reais ()

3. Em classe social você se incluiria (o salário mínimo atual é de R\$ 983,40)?

Classe Baixa – renda de 1 a 2 salários mínimos ()

Classe Média baixa – renda de 3 a 5 salários mínimos ()

Classe Média – renda de 6 a 10 salários mínimos ()

Classe Média alta – renda de 11 a 19 salários mínimos ()

Classe alta – renda de 20 ou mais salários mínimos ()

4. Qual o estilo de gola que você prefere em um uniforme



POLO ()



CARECA ()



“V” ()



Padre ()

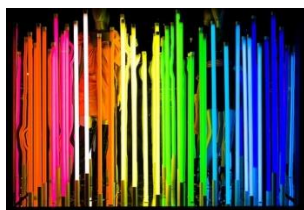
Outras () Qual?

5. Você prefere modelagem mais justa ou mais larga?

Justa ()

Larga ()

6. Você prefere cores mais vibrantes ou mais sóbrias?



VIBRANTES ()



SOBRIAS ()

7. Você costuma jogar em que posição?

GOLEIRO ()

ALA ()

FIXO ()

PIVO ()

8. Qual ou quais partes do corpo você sofre mais lesões?

Cabeça ()

Costas ()

Mão e dedos ()

Panturrilha ()

Calcanhar ()

Tórax ()

Coxas ()

Glúteos ()

Ombro ()

Cotovelo ()

Joelho ()

Canela ()

9. As costuras da roupa irritam sua pele?

SIM ()

NÃO ()

10. Os bordados dos escudos e da logomarca irritam sua pele?

SIM ()

NÃO ()

11. Você prefere que os escudos sejam bordados ou silkados?

BORDADOS ()

Silkados ()

12. Você costuma jogar com algum tipo de proteção?

Sim ()

Não ()

12.1. Se sim, qual?

Caneleira ()

Joelheira ()

Luvras ()

Cotoveleiras ()

Bermuda com espuma ()

Outros() Quais?

12.2 Se não, Porque?

Custo()

Não vejo necessidade ()

Atrapalha meu desempenho ()

Nunca pensei nisso ()

13. Você joga com time fixo?

Sim ()

Não ()

14. Se sim, possui uniforme titular e reserva?

Sim ()

Não ()

15. Prefere realizar sua compra em lojas física ou em sites?

Lojas físicas ()

Sites ()

16. Por quê?

17. O que você procura em um material esportivo que ainda não encontrou no mercado?

