

# ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

## ASSOCIAÇÃO DA TABELA DE MEDIDA INDUSTRIAL COM OS BIÓTIPOS FAVORECENDO *E-COMMERCE*

Carvalho, Cristiane de S. dos Santos; Mestre; Faculdade SENAI CETIQT,  
csantos@cetiqt.senai.br<sup>1</sup>

Meirelles, Luisa Helena S.; Mestre; Faculdade SENAI CETIQT,  
luisa883@hotmail.com<sup>2</sup>

O presente resumo tem por objetivo associar tabelas de medidas industriais a formas geométricas corporais, visando a percepção de melhor vestibilidade no processo de compra/vendas *on line*.

É sabido que os produtos de vestuário disponíveis nas lojas físicas no mercado brasileiro nem sempre atendem às necessidades do cliente, pois existe uma disparidade em seus tamanhos (CARVALHO et.al, 2016). Por outro lado, mesmo assim, é possível que um modelo de negócio na modalidade *on-line* saia em desvantagem comercial, por conta da desconfiança do consumidor com relação ao tamanho efetivo do produto comprado.

Dados do SEBRAE (2013) indicam que 84% dos consumidores se desestimulam por comprar via *e-commerce* por não terem um contato visual suficiente e tátil, além da falta de oportunidade de experimentar a peça de seu interesse. Pode-se citar, por exemplo, as diversidades entre manequins de uma mesma loja e de lojas diferentes, os comprimentos em excesso nas calças e nas mangas de camisas e casacos, a altura inadequada de algumas calças de cós baixo, etc. Dentre os usuários que parecem ter mais dificuldade em adquirir uma indumentária que corresponda as suas medidas antropométricas estão as mulheres, pois possuem na sua forma corporal curvas e volumes

---

<sup>1</sup> Mestre em Ciências Cardiovasculares pela Universidade Federal Fluminense (2010); Especialista em Didática para o Ensino Superior e Técnico pelo Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (2002); Especialista em Ergonomia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2002).

<sup>2</sup> Possui Mestrado em Design pela PUC-Rio; Graduação em Design: Habilitação em Moda pelo Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil - SENAI/CETIQT (2007). Tem experiência na área de Design de Moda, com ênfase em desenvolvimento de produto.

# ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

mais definidos comparativamente com os homens, o que justifica a utilização do corpo feminino como objeto desse estudo.

O relato do público feminino em encontrar dificuldade na hora da compra, pode estar no fato em que, mesmo com manequins de diferentes numerações de tamanho, o vestuário é desenvolvido para o mesmo tipo de corpo, como por exemplo, biótipo no formato ampulheta.

Os biótipos são definidos pela correlação de quatro circunferências corporais: tórax (medida passando por cima dos mamilos), cintura (região mais estreita do tronco, últimas costelas), quadril alto (medida passando por cima da região da crista ilíaca) e quadril (maior perímetro entre a cintura e a coxa), a essas correlações é possível associar formas geométricas, como por exemplo, triângulo, triângulo invertido, retângulo, ampulheta e oval (SABRÁ, 2009).

A pesquisa bibliográfica (ABNT, 2004; DUARTE,1997; FULCO,2013) foi utilizada com o propósito de comparar as formas geométricas corporais e as medidas antropométricas da tabela de medidas corporais. Foi adotada a abordagem de Fulco (2013) como padrão para a associação da tabela feminina de medidas com formas corporais geométricas. A fim de validação do estudo foi realizada uma base de modelagem (protótipo) de testagem para confirmar a associação de biótipos com tabela de medidas.

O resultado apontou que é possível ter dois tamanhos quarenta, por exemplo, com formas corporais diferentes. Essa confirmação faz diferença no momento da confecção da peça, evidenciando que é provável ter dois manequins com as mesmas dimensões, um para o tipo físico retangular e outro para forma corporal ampulheta, por exemplo.

O presente estudo deteve-se à testagem do manequim tamanho 40 com apenas duas formas corporais (retangular e ampulheta), o que suscita uma possível limitação heurística, uma vez que testes com outras formas geométricas podem apontar para outros resultados.

No que tange a possibilidades positivas para o mercado do vestuário de moda, é viável maior diversidade de tamanho no momento da compra, gerando maior satisfação do consumidor, mais confiabilidade com relação à vestibilidade dos produtos têxteis para compras *on-line*.

# ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

**Palavras-chave:** biótipo 1; *e-commerce* 2; tabela 3.

## Referências

CARVALHO, Cristiane Souza Santos; CUNHA, Glaucia Regina Santos; POZI, Bárbara Valle. **Corpo feminino:** a diversidade das formas brasileiras. 12º Colóquio de Moda – 9ª Edição Internacional. João Pessoa, 2016.

SABRA, Flávio (Org.). **Modelagem:** tecnologia em produção de vestuário. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

SANTOS, Carlos Alberto. **Pequenos Negócios:** Desafios e Perspectivas: Serviços Financeiros / Carlos Alberto dos Santos, coordenação. -- Brasília: SEBRAE, 2013