

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES – UCAM
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PESQUISA OPERACIONAL E
INTELIGÊNCIA COMPUTACIONAL
CURSO DE MESTRADO EM PESQUISA OPERACIONAL E INTELIGÊNCIA
COMPUTACIONAL

Maykon Da Silva Matos

**QUALIDADE EM SERVIÇO DE MARCENARIAS: ESTUDO
BIBLIOMÉTRICO E VALIDAÇÃO DE ITENS PARA AVALIAÇÃO DE
SATISFAÇÃO**

CAMPOS DOS GOYTACAZES, RJ
Março de 2017

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES – UCAM
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PESQUISA OPERACIONAL E
INTELIGÊNCIA COMPUTACIONAL
CURSO DE MESTRADO EM PESQUISA OPERACIONAL E INTELIGÊNCIA
COMPUTACIONAL

Maykon da Silva Matos

**QUALIDADE EM SERVIÇO DE MARCENARIAS: ESTUDO
BIBLIOMÉTRICO E VALIDAÇÃO DE ITENS PARA AVALIAÇÃO DE
SATISFAÇÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Pesquisa Operacional e Inteligência Computacional, da Universidade Candido Mendes – Campos/ RJ, para a obtenção do grau de Mestre em Pesquisa Operacional e Inteligência Computacional.
Orientador: Prof. Aldo Shimoya, D.Sc.

CAMPOS DOS GOYTACAZES, RJ
Março de 2017

FICHA CATALOGRÁFICA

Preparada pela Biblioteca da **UCAM – CAMPOS** 010/2018

Matos, Maykon da Silva.

Qualidade em serviço de marcenarias: estudo bibliométrico e validação de itens para avaliação de satisfação / Maykon da Silva Matos. – 2017. 75 f.; il.

Orientador: Aldo Shimoya.

Dissertação de Mestrado em Pesquisa Operacional e Inteligência Computacional – Universidade Candido Mendes – Campos. Campos dos Goytacazes, RJ, 2017.

Referências: f. 64-74

1. Serviços de Marcenaria. 2. Qualidade de serviços. I. Universidade Candido Mendes – Campos. II. Título.

CDU – 674.23:658.56

Bibliotecária Responsável: Flávia Mastrogirolamo CRB 7ª-6723

Maykon Da Silva Matos

**QUALIDADE EM SERVIÇO DE MARCENARIAS: ESTUDO
BIBLIOMÉTRICO E VALIDAÇÃO DE ITENS PARA AVALIAÇÃO DE
SATISFAÇÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Pesquisa Operacional e Inteligência Computacional, da Universidade Candido Mendes – Campos/ RJ, para a obtenção do grau de Mestre em Pesquisa Operacional e Inteligência Computacional.
Orientador: Prof. Aldo Shimoya, D.Sc.

Aprovada em 30 de março de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Aldo Shimoya, D.Sc.
Universidade Candido Mendes

Prof. Eduardo Shimoda, D.Sc.
Universidade Candido Mendes

Prof. Apóstolos Jean Sideris Junior, D.Sc.
PETROBRAS

CAMPOS DOS GOYTACAZES, RJ
2017

A Deus, a minha namorada Patrícia e a minha família,
pelo apoio e compreensão.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por me dar saúde e sabedoria para concluir a longa jornada do mestrado. Ao meus pais Luis Carlos e Maria de Fatima, por acreditarem e confiarem em mim. Aos estimados orientadores Prof. D.Sc. Aldo Shimoya e Prof. D.Sc. Eduardo Shimoda pela dedicação, paciência e perfeita orientação em todas as etapas no desenvolver deste trabalho.

*Na mão direita a sabedoria lhe garante uma vida longa;
e na mão esquerda riquezas e honra.
Provérbios 3:16*

RESUMO

VALIDAÇÃO DE ITENS DE QUESTIONÁRIO SOBRE A SATISFAÇÃO DE CLIENTES DE MARCENARIAS

A indústria de móveis faz parte dos chamados setores tradicionais da economia, possuindo uma variedade de matérias-primas e diversidade de acabamentos, principalmente em função dos materiais usados em seus processos de produção. O presente trabalho teve como objetivo validar os itens de questionário sobre nível de satisfação de clientes de marcenaria. Para isso, foi realizado um mapeamento da produção científica sobre satisfação de clientes de marcenaria e determinados os itens válidos para aplicação de questionário pelo método Lawshe. Na bibliometria, utilizando a base científica Scopus, foram encontradas 454 publicações no período de 1978 a 2016. A área de pesquisa “medicina” (35,2%) foi a que mais publicou; o autor EAGLE, A. se destacou com maior número de publicações (5); os Estados Unidos apresentaram a maior quantidade de publicações (91); e o ano de maior publicação foi o de 2012. Posteriormente, elaborou-se um questionário estruturado em 31 itens, distribuídos em seis dimensões (“pré-venda”, “na loja”, “matéria-prima”, “móveis”, “entrega e instalação” e “pós-venda”) e aplicado a um grupo composto por 50 clientes a fim de identificar quais itens seriam mantidos por meio do emprego do método Lawshe. Dos itens avaliados no questionário, três foram excluídos (“localização”, “estacionamento” e “sala de espera”) na dimensão “na loja”, segundo a percepção dos clientes entrevistados, por serem considerados como não essencial.

Palavras-chave: Marcenaria. Satisfação. Bibliometria. Questionário. Lawshe.

ABSTRACT

VALIDATION OF QUESTIONNAIRE ITEMS ON CUSTOMER SATISFACTION IN WOODWORKS

Abstract

Woodwork industry is part of the so-called traditional sectors of the economy, having a variety of raw materials and diversity in finishes, mainly due to the material used in its production process. This work aims to validate the questionnaire items on the level of customer satisfaction in woodworks. It was conducted a mapping of the scientific production with respect to customer satisfaction of woodwork and determined the valid items to apply a questionnaire using the Lawshe's method. In bibliometrics research, which employed Scopus database, 454 publications were found between 1978 and 2016. The research area 'medicine' was the one that most published (35.2%); the author who most produced was EAGLE, A., presenting five publications; The United States presented the highest quantity of publications (19); and the year with more publications was 2012. Subsequently, it was elaborated a questionnaire based on 31 items distributed within six dimensions ('pre-sale'; 'at the store'; 'raw material'; 'furniture'; 'delivery and installation' and 'post-sale') and applied to a group of 50 customers in order to identify which items would be maintained by means of the implementation of Lawshe's method. From the items evaluated in the questionnaire, three of them were excluded ('location'; 'parking'; and 'waiting room') from the dimension 'at the store', according to the perception of the customers interviewed as they considered them non-essential.

Keywords: Woodwork. Satisfaction. Bibliometrics. Questionnaire. Lawshe.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Projeção da produção e do valor para 2015.	22
Figura 2- Fluxograma do processo de escolha de artigos.....	27
Figura 3- Descrição das áreas de pesquisa.	28
Figura 4- Descrição dos autores com maior número de publicação.....	29
Figura 5- Número de artigos publicados por ano, de 1978 a 2016.....	30
Figura 6- Frequências dos itens avaliados segundo a percepção dos clientes de marcenaria.	49

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Distribuição por tipos de artigos com as quantidades de registros encontrados.....	28
Quadro 2- Ranking dos 5 países com maior número de publicação.	29
Quadro 3- Artigos relacionados com o tema.	31

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Itens do questionário de satisfação de clientes de marcenaria com os respectivos autores	43
Tabela 2- Itens do questionário de satisfação com os respectivos CVRcalculado, CVRcrítico e a decisão de manter ou excluir.....	50

LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

ABIMÓVEL	Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
IEMI	Instituto de Estudos e Marketing Industrial
MDF	Medium Density Fiberboard
MDP	Medium Density Particleboard
MOVERGS	Associação das Indústrias de Móveis do Estado do Rio Grande do Sul
OSB	Oriented Strand Board
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	JUSTIFICATIVA	16
1.2	OBJETIVOS	17
1.2.1	Objetivo geral	17
1.2.2	Objetivos específicos	17
1.3	ESTRUTURA DO TRABALHO	17
2	ESTUDO BIBLIOMÉTRICO SOBRE A APLICAÇÃO DO MÉTODO DE LAWSHE EM QUESTIONÁRIO SOBRE SATISFAÇÃO DE CLIENTES DE MARCENARIAS	18
2.1	RESUMO	18
2.1.1	Resumo	18
2.1.2	Abstract	19
2.2	INTRODUÇÃO	19
2.3	REFERENCIAL TEÓRICO	21
2.3.1	O Setor Moveleiro	21
2.3.2	Característica dos serviços ao cliente	23
2.3.3	Qualidade em Serviços	23
2.3.4	Método de Lawshe e a validação de questionários	24
2.4	METODOLOGIA	25
2.4.1	Estudo Bibliométrico	25
2.5	RESULTADOS E DISCUSSÃO	27
2.6	CONCLUSÃO	31
2.7	REFERÊNCIAS	32
3	VALIDAÇÃO DE ITENS DE QUESTIONÁRIO SOBRE A SATISFAÇÃO DE CLIENTES DE MARCENARIA	36
3.1	RESUMO	36
3.1.1	Resumo	36
3.1.2	Abstract	36
3.2	INTRODUÇÃO	37
3.3	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	38
3.3.1	Indústria de móveis	38

3.3.2	Qualidade de serviço	39
3.3.3	Satisfação do Cliente	40
3.3.4	Aplicação do método de Lawshe	41
3.4	METODOLOGIA	42
3.5	RESULTADOS E DISCUSSÃO	48
3.6	CONCLUSÃO	55
3.7	REFERÊNCIAS.....	56
4	CONCLUSÃO.....	63
4.1	ESTUDOS FUTUROS	64
	REFERÊNCIAS.....	64
	APÊNDICE.....	75

1 INTRODUÇÃO

O setor moveleiro participa na economia brasileira por meio de geração de empregos, pela tecnologia de produção e por sua disseminação pelo território nacional da quantidade de conexões ligadas direta e indiretamente em sua rede produtiva. A presença de pequenos empreendimentos, sobretudo marcenarias que executam trabalhos customizados, é a atividade registrada em praticamente todo o território nacional. O Estado do Rio de Janeiro possui um histórico de tradição na produção de móveis de madeira. Mediante ao fato de ter sido capital nacional, abrigou as primeiras grandes fábricas de mobiliário do país, agrupando farta mão de obra criativa - tradicionalmente executada pelos exímios artesãos imigrantes europeus - e também abrigando escolas de arquitetura e desenho industrial, fruto do movimento modernista brasileiro (FIRJAN, 2015).

De acordo com Morikawa (2017), a trajetória do mobiliário caminha em paralelo com a história da cultura através dos tempos, atuando como reflexo da época e seus avanços tecnológicos. O setor de móveis personalizados tem representado grande parcela na indústria e no comércio, devido a sua capacidade de inovação tecnológica e agregação de valor, despertando o interesse de um mapeamento mais aprofundado das necessidades do cliente pela busca de sua satisfação na hora da compra.

Segundo Kotler e Keller (2006), uma empresa oferece qualidade no atendimento sempre que seu produto ou serviço atende às expectativas do cliente ou as excede. Uma empresa que satisfaz a maioria das necessidades dos clientes durante a maior parte do tempo é denominada empresa de qualidade.

A avaliação da qualidade em serviços é complexa, dada a subjetividade das expectativas do consumidor (LUSTOSA et al., 2008). O cliente, que provavelmente participa da operação, julga todos os aspectos do processo de prestação do serviço, não somente o resultado (CARVALHO et al., 2005).

Ao estudar a satisfação dos clientes é importante analisar individualmente os atributos do objeto em questão, pois é por meio dessa análise que é possível compreender a essência da satisfação do cliente, elaborando estrategicamente um atendimento personalizado (MATSUKUMA; HERNANDEZ, 2006). Ainda de acordo com os autores, identificar a realização pela compra por parte do cliente é necessário a fim de se obter a importância em cada um dos itens de satisfação, pois os atributos mais importantes devem ser mantidos em detrimento dos menos importantes.

1.1 JUSTIFICATIVA

A marcenaria é uma atividade dedicada ao trabalho e construção de móveis de madeira. O trabalho de um marceneiro é substancialmente mais aprimorado, com técnicas específicas e uso de ferramentas manuais.

O interesse pelos trabalhos de marcenaria, principalmente na construção de ambientes para residências (sala, cozinha, escritório, quarto) e por móveis diferenciados (mesas, estantes, portas), é uma atividade econômica que vem se destacando no município de Santo Antônio de Pádua, na região noroeste fluminense. Busca-se, no presente trabalho, procurar uma maneira de melhorar a qualidade de serviço na construção de móveis e avaliar a qualidade dos produtos sob a percepção dos clientes. Nesse sentido, foi importante elaborar um questionário contendo itens considerados essenciais para avaliação da satisfação de clientes de marcenaria, aplicando o método do Lawshe.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

O presente trabalho teve por objetivo validar os itens de questionário sobre a satisfação dos clientes na aquisição de móveis fabricados em marcenarias no município de Santo Antonio de Pádua, RJ.

1.2.2 Objetivos específicos

- Realizar a análise bibliométrica sobre a satisfação de clientes de marcenaria; e
- Validar itens de questionário sobre a satisfação de clientes de marcenaria, utilizando o método do Lawshe.

1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho foi dividido em 4 capítulos, sendo que os capítulos 2 e 3 estão apresentados em forma de artigos.

O Capítulo 1 apresenta a introdução, a justificativa, bem como os objetivos geral e específicos.

O Capítulo 2 apresenta o artigo “Estudo bibliométrico sobre a aplicação do método de Lawshe em questionário sobre satisfação de clientes de marcenarias”.

O Capítulo 3 apresenta o artigo “Validação de itens de questionário sobre a satisfação de clientes de marcenaria”.

No Capítulo 4 são apresentadas a conclusão e propostas de trabalhos futuros.

2 ESTUDO BIBLIOMÉTRICO SOBRE A APLICAÇÃO DO MÉTODO DE LAWSHE EM QUESTIONÁRIO SOBRE SATISFAÇÃO DE CLIENTES DE MARCENARIAS

2.1 RESUMO

2.1.1 Resumo

A bibliometria apresenta um papel importante na análise da produção científica de um país, pois por meio de seus indicadores é que se pode retratar o grau de desenvolvimento de uma área do conhecimento, de um campo científico. Este estudo tem como objetivo fazer uma análise bibliométrica da produção científica de publicações em periódicos relacionados ao tema: “aplicação do método de Lawshe em questionário sobre satisfação de clientes de marcenarias”. A pesquisa foi realizada utilizando a base de dados Scopus, em fevereiro de 2016. Foi usado o termo “satisfaction and furniture”, onde foram encontradas 454 publicações no período de 1978 a 2016. A área de pesquisa que mais publicou foi “medicina” (35,2%); o autor que mais publicou foi EAGLE, A. (5 publicações); o país que mais publicou foram os Estados Unidos (91 documentos) e o ano de maior publicação foi em 2012. Por meio deste estudo pôde-se concluir que existe uma carência de trabalhos relacionados ao tema no Brasil e propõe-se uma abertura para futuras pesquisas.

Palavras-Chave: Bibliometria. Marcenaria. Satisfação do Cliente. Lawshe.

2.1.2 Abstract

Bibliometric study on the application of the Lawshe's method in satisfaction questionnaire of woodwork customers

Bibliometrics plays an important role in the analysis of scientific productions of a country as it is possible to demonstrate, by its indicators, the development degree of an area of knowledge or of a scientific field. This work aims at implementing a bibliometric analysis of scientific productions in journals related to the following theme: application of the Lawshe's method in satisfaction questionnaire of woodwork customers. The research was carried out using Scopus in February 2016. It was applied the term "satisfaction and furniture", which was found in 454 articles from 1978 to 2016. "Medicine" was the area that had more articles published (35.2%); EAGLE, A. was the author that presented more works (5 articles); the country that most published was the United States (91 documents); and the year that had more publications was 2012. According to this research, it can be concluded that there is a lack of works related to the theme in Brazil. It is therefore proposed an opening for future investigation.

Keyword: Bibliometrics. Woodwork. Customer Satisfaction. Lawshe.

2.2 INTRODUÇÃO

Presente nos momentos da história mundial e nacional, o setor moveleiro, principalmente os de móveis fabricados em marcenarias, vem crescendo de acordo com a demanda em função de sua utilização (ARAÚJO; GALVÃO, 2014). A indústria de móveis ao redor do mundo vem experimentando uma grande expansão nos últimos anos, tendo como principal fator de crescimento o consumo dos países desenvolvidos. Esses mercados são supridos por uma produção interna e pelas importações, que em grande parte provém de países em desenvolvimento.

A indústria moveleira pode ser segmentada em função da matéria-prima que utiliza ou também do uso final dos móveis que produz (MORAES, 2002). A fabricação de móveis possui grande heterogeneidade, apresentando a inserção de novas tecnologias e permitindo processos de fabricação de produtos que tenham

uma elevada automação, como os móveis retilíneos elaborados com madeiras reconstituídas como painéis e folheados de madeira. Já no outro segmento da produção, empresas menores apresentam variada quantidade de trabalhos manuais, como os móveis artesanais de madeira maciça (GALINARI; TEIXEIRA JUNIOR; MORGADO, 2013).

Ao longo dos últimos anos, no Brasil, o segmento de móveis tem experimentado mudanças significativas em sua base produtiva, sendo incorporada a ela uma rapidez em se ajustar às novas condições de abertura comercial da economia brasileira e de globalização dos mercados em nível mundial (SOUZA; SOARES; SILVA, 2010). Diferente das grandes indústrias de móveis que fabricam produtos seriados, as marcenarias possuem demanda pertencente ao segmento de produtos sob encomenda, incorporando, com isso, sofisticação, beleza e estilo ao móvel (GORINI, 1998).

No Brasil, o setor moveleiro é formado por mais de 16.000 micros, pequenas e médias empresas, onde é gerado cerca de 190.000 empregos diretos e indiretos (AZEVEDO; NOLASCO, 2009). Essas empresas são, em geral, familiares, de capital nacional, fortemente fragmentadas e verticalizadas. Na sua maioria localizam-se nas regiões Sul e Sudeste, onde produzem móveis residenciais e de escritório. Quanto às matérias-primas usadas, predomina-se o uso de serrados de florestas nativas e plantadas, compensados e painéis de MDF (*Medium Density Fiberboard*) e MDP (*Medium Density Particleboard*) (ABIMÓVEL, 2006).

A necessidade de atender as exigências do cliente na hora da compra e pós-compra de um móvel deve ser perseguida por empresas do setor. Na literatura existem diversos trabalhos que visam a avaliar a satisfação dos clientes ou a qualidade de produtos e serviços adquiridos. Para Kotler e Keller (2006) o fator de maior dificuldade nos tempos atuais é satisfazer os clientes, pois eles estão atrelados a uma crescente exigência em relação à qualidade e preços encontrados, sendo ainda realizadas pesquisas nos concorrentes a fim de obterem ofertas iguais ou superiores a sua primeira opção.

Segundo Fallis (2013), a bibliometria nos permite identificar inúmeras informações importantes para o desenvolvimento de pesquisas, como o número de autores que se dedicam ao estudo do tema, número de produção específica, por autor, número de estudos produzidos, espaços geográficos, periódicos que se

dedicam a essa publicação de cada categoria de produtividade, bem como o que mais se deseja conhecer.

Este trabalho tem como objetivo apresentar o levantamento bibliográfico de artigos relacionados ao tema: Validação de itens de questionário sobre satisfação de clientes de marcenaria utilizando o método de Lawshe.

2.3 REFERENCIAL TEÓRICO

2.3.1 O Setor Moveleiro

A indústria de móveis caracteriza-se pela união de diversos processos de produção, trabalhando com diferentes matérias-primas, formando uma diversidade de produtos finais, podendo ser segmentada principalmente em função dos materiais com que os móveis são confeccionados (madeira, metal, couro, tecidos e outros), assim como de acordo com os usos a que são destinados, em especial, móveis para residência e para escritório (GORINI, 1998).

No Brasil, a indústria moveleira avançou consideravelmente durante a década de 2000. Algumas empresas realizaram grandes investimentos na aquisição de máquinas e equipamentos importados, trazendo como consequência direta o aumento da escala de produção, assim como a padronização do produto em nível internacional, possibilitando uma elevação significativa da produção e das exportações de móveis (SOUSA; SOARES; SILVA, 2010). O consumidor de móveis adquire em média, por ano, o valor de R\$287,00 no ticket médio em 2016, 30% superior ao que era em 2014 (R\$223,00). Apesar da crise econômica sobre a renda, em 2017, mais de R\$ 80 bilhões serão gastos no varejo de móveis, pelas famílias brasileiras (IEMI, 2017).

Atualmente, o Brasil possui aproximadamente 19.308 indústrias de móveis, sendo que 99,5% delas são micro, pequenas e médias empresas. Sob o olhar do mercado nacional, só em 2014, a indústria brasileira produziu 472 milhões de peças de móveis (Figura 1), dados levantados de acordo com a Associação das Indústrias de Móveis o Estado do Rio Grande do Sul (MOVERGS, 2015). Fatores como:

matéria-prima, mão de obra, tecnologia e design influenciaram a competitividade da indústria brasileira, levando o país ao patamar dos grandes países exportadoras de móveis (GORINI, 1998).

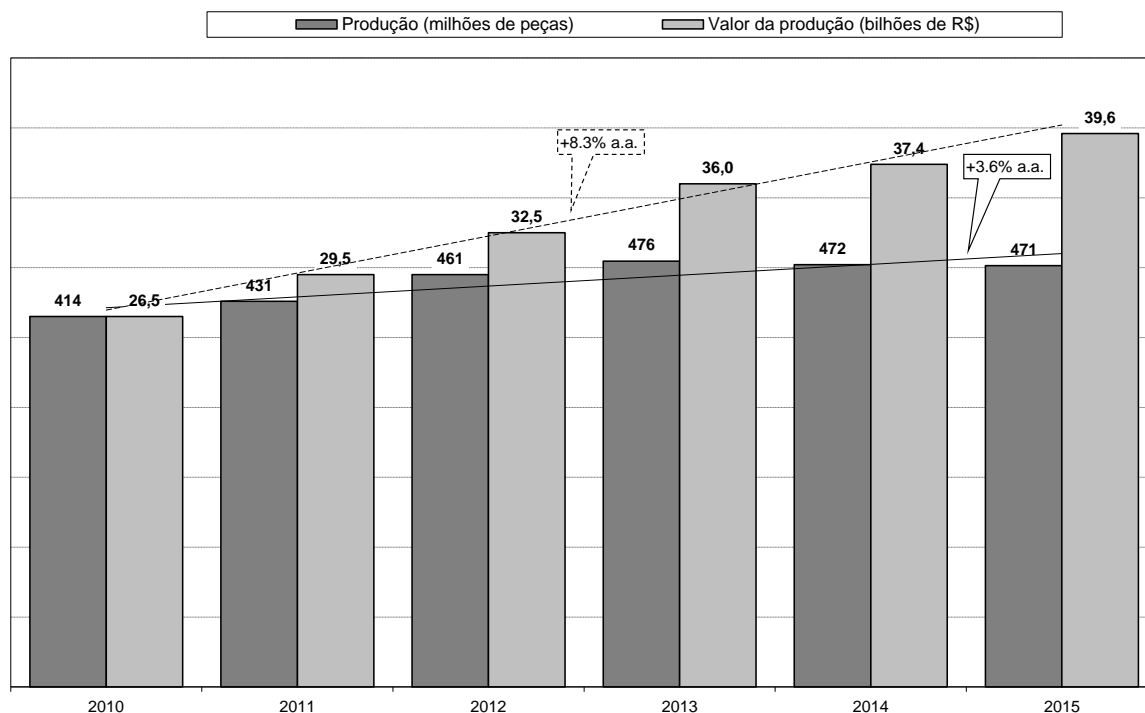


Figura 1- Projeção da produção e do valor para 2015

Fonte: MOVERGS (2015).

A produção de móveis sob encomenda apresenta um modelo produtivo predominante, especialmente nas micro e pequenas empresas (AZEVEDO; NOLASCO, 2009). Os autores também relatam que o processo de produção de móveis sob encomenda é estabelecido de acordo com as medidas fornecidas pelos clientes, por possuírem maior detalhamento e qualidade no processo produtivo e sua destinação é exclusivamente ao mercado doméstico. A produção de móveis para uso residencial pode ser subdividida em: móveis retilíneos confeccionados com madeira aglomerada, sendo suas faces lisas e sem detalhes complexos de acabamento; móveis torneados são compostos de madeira aglomerada em conjunto com madeira maciça ou apenas madeira maciça, caracterizados por móveis mais sofisticados; e os móveis sob medida, geralmente construídos por micro e pequenas empresas que atendem a pedidos personalizados (LEÃO; NAVEIRO, 2009).

2.3.2 Característica dos serviços ao cliente

Uma definição de serviços pode ser atribuída como “[...] qualquer ato ou desempenho, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta na propriedade de nada” (KOTLER; KELLER, 2006). Os serviços são frequentemente produzidos e consumidos simultaneamente, diferenciando-se dos bens materiais, que são fabricados, estocados, distribuídos e então consumidos (CARVALHO et al., 2005).

Em virtude da competitividade no mercado, a busca pela satisfação dos clientes tem sido uma das principais causas para que as empresas maximizem o empenho em atender os interesses e desejos dos clientes (BRANDÃO JUNIOR; LIRA; GONÇALVES, 2004). Satisfazer as necessidades dos clientes e torná-lo satisfeito é essencial para a criação de vantagem competitiva sustentável no mercado (PATTERSON; JOHNSON; SPRING, 1997).

Atender à necessidade dos clientes que estão à procura de um móvel sob encomenda é primordial para uma marcenaria, pois o sucesso da sua venda está diretamente envolvido na percepção de promover total satisfação e alcance dos desejos do cliente. Segundo Eckert et al. (2010), o profissional precisa demonstrar constantemente os aspectos positivos de seu trabalho para que o cliente, no momento da compra, possa identificar qual é o seu serviço e a sua finalidade, tendo total satisfação com o resultado.

Segundo Matsukuma e Hernandez (2006), ao estudar a satisfação dos clientes é possível fazer uma análise individualmente dos atributos e objetos de desejo em questão, pois é por meio dessa análise que é possível ter uma compreensão da formação da satisfação do cliente e, assim, decidir uma estratégia de maior alcance das suas expectativas.

2.3.3 Qualidade em Serviços

Qualidade do serviço pode ter como definição “[...] a diferença entre serviço percebido e serviço esperado” (CARVALHO et al., 2005, p. 342). O autor ainda

complementa que clientes formam suas expectativas com base em experiências de consumo anteriores, suas necessidades pessoais, conselhos de amigos e colegas (comunicação boca a boca). Segundo Souza, Soares e Silva (2015), os clientes obtêm informações do marketing das empresas e dos seus concorrentes, tornando a percepção sobre a qualidade em serviços variada em cada um dos momentos da vida.

A qualidade é o fator que permite avaliar, aprovar, comprovar, aceitar ou recusar qualquer coisa em uma de escala de valores, conseqüentemente influenciando na percepção da escolha (FERREIRA, 2004). Segundo Kotler e Keller (2006), uma empresa tem qualidade sempre que seu produto ou serviço atende às expectativas do cliente ou as excede. A empresa que tem como sua principal função satisfazer a maioria das necessidades dos clientes durante sua maior parte do tempo é chamada de empresa de qualidade.

O setor moveleiro, principalmente as marcenarias que têm um público que busca por um diferencial de produtos, deve utilizar seu portfólio - principal agente de captação e permanência do cliente -, a qualidade no serviço oferecido. Uma forma de avaliar a qualidade deve ser realizada considerando que clientes têm necessidades diferentes, e com isso deve-se identificar quais são os aspectos de desempenho importantes para atender suas expectativas de maneira adequada (CARVALHO et al., 2005).

2.3.4 Método de Lawshe e a validação de questionários

Proposto por Lawshe (1975), é um método de validação de itens de questionário. Wilson, Pan e Schumsky (2012) verificaram que havia uma inconsistência nos cálculos propostos por Lawshe e publicaram novo artigo, corrigindo a tabela original. Ayre e Scally (2014), em seu estudo, revisaram os métodos originais de cálculo do método de Lawshe, propondo métodos para cálculos iniciais de valores críticos e tabelas de probabilidades binomiais exatas. Eles se baseiam na submissão de questionários a especialistas que avaliam cada item como (1) não importante; (2) importante, mas não essencial; (3) essencial, (N) não sei/prefiro não opinar. Suas respostas são agrupadas como essenciais ou não

essenciais e, baseado em uma distribuição binomial, é verificada a validade de cada item, calculando uma taxa de validade de conteúdo, em inglês CVR (*Content Validity Ratio*), para cada um, conforme a seguinte fórmula:

$$CVR = \frac{ne - \binom{N}{2}}{\frac{N}{2}}, \text{ onde "ne" é o número de especialistas que classificaram cada item}$$

como “essencial e “N” é o número total de respondentes, excluindo-se destes os que responderam “(NS) não sei / prefiro não opinar”.

A utilização de método de Lawshe pode ser constatada em diversos trabalhos, sendo aplicado desde áreas como a medicina: perfil e usabilidade de ambulatório de saúde (DRUM; HORNER-JOHNSON; WALSH, 2012), ovários policísticos (BAZARGANIPOUR et al., 2012), e oncologia pediátrica (REEVE et al., 2013). O método ainda apresenta uma utilização em áreas variadas como: avaliação de churrascarias sob a percepção dos clientes (MIRANDA et al., 2014) e validação e confiabilidade de questionário sobre transporte urbano e coletivo (DANTIER et al., 2014).

2.4 METODOLOGIA

2.4.1 Estudo Bibliométrico

No estudo da bibliometria destacam-se três leis: Zipf, Lotka e Bradford. A Lei de Zipf descreve a constância no uso de palavras num determinado texto. A Lei de Lotka refere-se à produtividade dos autores e a Lei de Bradford descreve a distribuição da literatura periódica numa área específica (ALVARADO, 1984).

A bibliometria tem como área de estudo a Ciência da Informação, possuindo um papel relevante na análise da produção científica de um país, uma vez que seus indicadores podem retratar o comportamento e desenvolvimento de uma área do conhecimento. O levantamento bibliográfico apresentado neste trabalho foi baseado no modelo bibliográfico proposto por Costa (2010). O autor propõe etapas para uma investigação bibliométrica baseada na busca de dados por meio da internet em uma

base de dados para servir como sustentação ao estudo, sendo estipuladas seis etapas para aquisição de dados:

Etapa 1 – Definição da base de dados e da amostra a ser trabalhada;

Etapa 2 – A escolha da palavra chave usada na garimpagem de artigos na base de dados;

Etapa 3 – Identificação do tamanho da amostra pesquisada;

Etapa 4 – Identificação de períodos com maior número de publicações;

Etapa 5 – Pesquisa do cronograma da produção de artigos que atendem os requisitos;

Etapa 6 – Separação dos dados e montagem do trabalho.

No trabalho foi realizada a pesquisa na base de dados Scopus, em fevereiro de 2016, tendo como referência o período de 1978 a 2016. As palavras-chave utilizadas na pesquisa de artigos científicos foram “satisfaction AND furniture”. Esta foi realizada por meio do Portal de Periódicos da Capes, sendo encontradas 454 publicações. Posteriormente foi realizada uma busca de artigos mais relacionados ao tema do trabalho.

Encontra-se, na Figura 2, o fluxograma do processo de busca por artigos relacionados ao tema proposto.

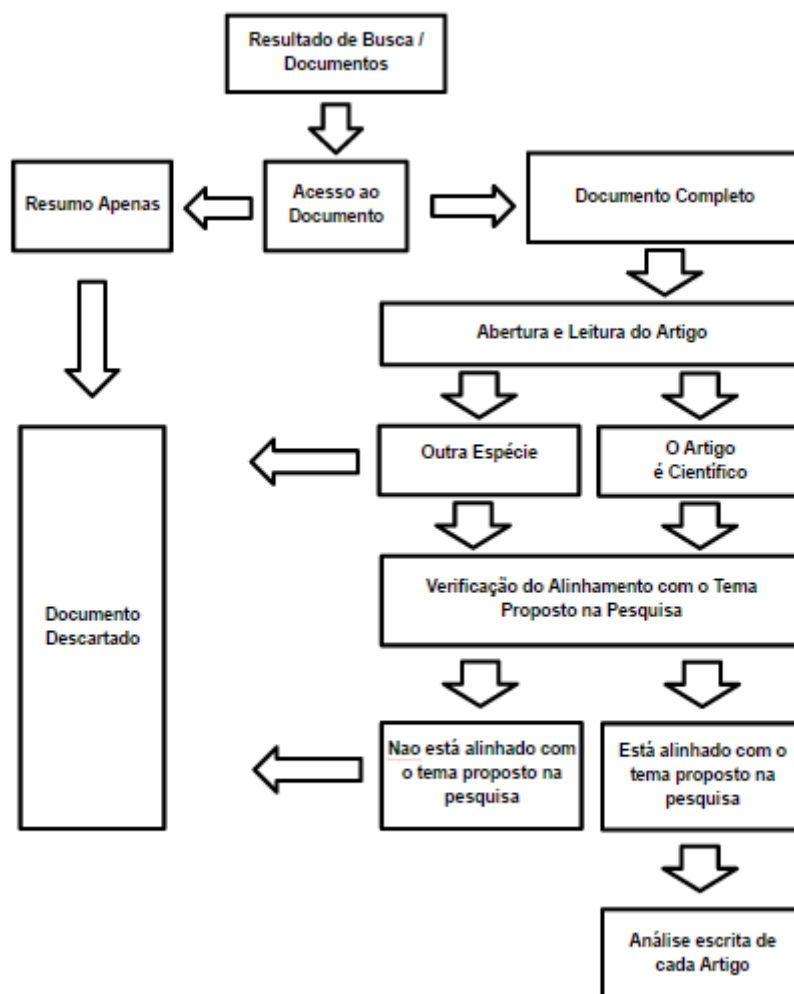


Figura 2- Fluxograma do processo de escolha de artigos

Fonte: o autor

2.5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com a busca efetuada, houve a identificação dos periódicos, autores, cronologia e os registros que serviram como núcleo de partida para a análise bibliométrica. No Quadro 1 encontra-se a distribuição dos tipos de artigos com a respectiva quantidade de registros.

Tipos de Artigos	Quantidade de Registros
Artigos relacionados a marcenaria	316
Artigos de Conferencia	57
Revisão	36
Resumo	23
Nota	13

Quadro 1- Distribuição por tipos de artigos com as quantidades de registros encontrados

Fonte: o autor

Pode-se observar que “Artigo” foi o que apresentou o maior número de registros (316) e “Nota” a menor quantidade (13).

No estudo também foram mapeadas as áreas de pesquisa (Figura 3), autores com maior número de publicação (Figura 4), ranking dos países com o maior número de publicação (Quadro 2) e o número de artigos publicados por ano (Figura 5).

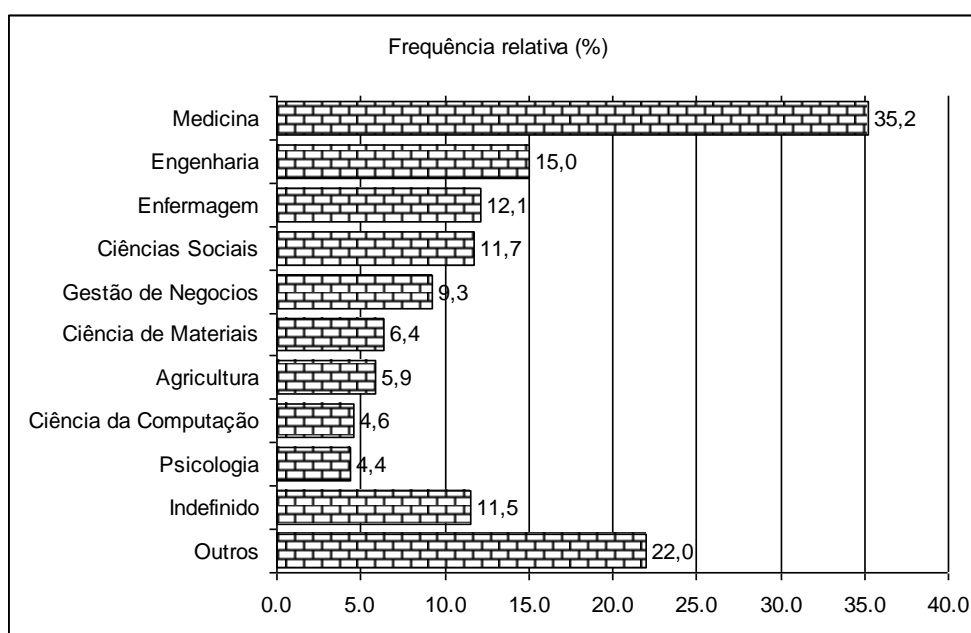


Figura 3- Descrição das áreas de pesquisa

Fonte: o autor

A “Medicina” foi a área que apresentou a maior porcentagem de publicação (35,2%), seguido da “Engenharia” (15,0%), e a que apresentou menor publicação foi “Psicologia” (4,4%). Foi possível observar que 33,5% das publicações foram atribuídas ao termo “Indefinido” e “Outros” (Figura 2).

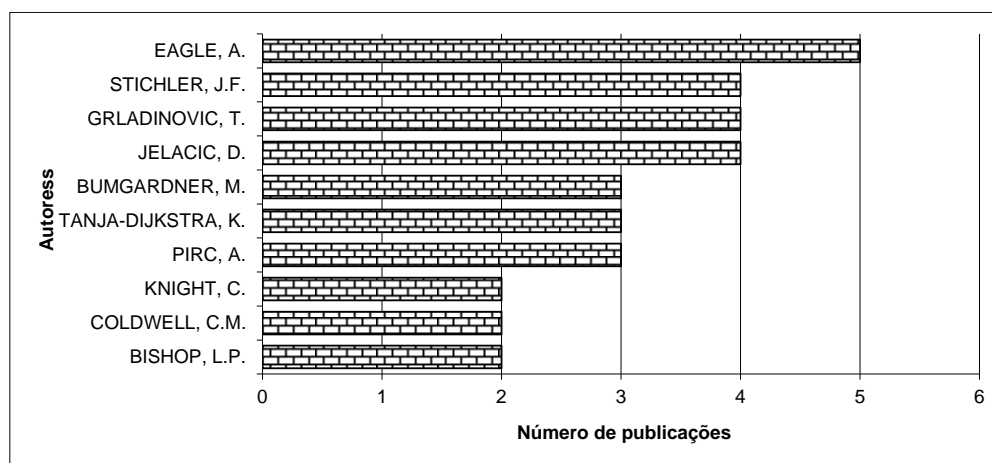


Figura 4- Descrição dos autores com maior número de publicação

Fonte: o autor

Observa-se que o autor que se destacou por apresentar o maior número de publicações foi EAGLE, A., com cinco publicações, e os autores KNIGHT, C; COLDWELL, C.M. e BISHOP, L.P. com duas publicações (Figura 3).

Países com maior publicação	Documentos
Estados Unidos	91
Canadá	14
Reino Unido	11
Brasil	11
China	10

Quadro 2- Ranking dos 5 países com maior número de publicação.

Fonte: o autor

Considerando os cinco países com maior número de publicações, os Estados Unidos destacam-se por apresentar a maior quantidade (91) e, a China, com apenas 10.

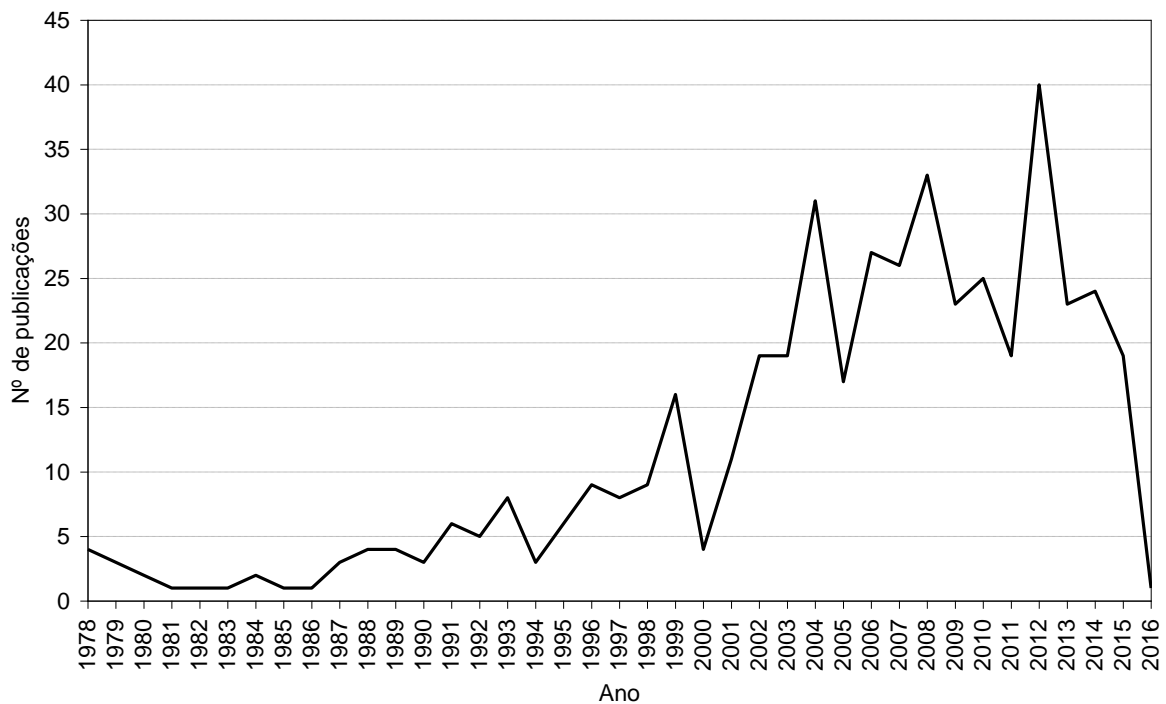


Figura 5- Número de artigos publicados por ano, de 1978 a 2016

Fonte: Base Scopus.

Pode-se observar que 2012 foi o ano que apresentou o maior número de publicações (Figura 5).

Foi constatado, ainda na pesquisa, que o idioma predominante nas publicações é de origem inglesa, com 91% do total de artigos. Na análise dos artigos encontrados foi realizado um refinamento a fim de encontrar publicações mais específicas ao tema proposto. Após esse refinamento foram destacados cinco artigos que chamaram a atenção por apresentarem um resultado mais específico com a pesquisa proposta (Quadro 3).

Tema	Referência
A study using fuzzy linguistics on the correlation between function of wood furniture product design and Taiwan consumer satisfaction	LEE, A.S., 2014.
Consumer satisfaction with wooden furniture: An empirical study of household products produced by small and medium scale enterprises in Uganda	KIZITO, S.; BANANA, A.Y.; BUYINZA, M., (...); ZZIWA, A.; SSEREMBA, O.E., 2012.
Wood use by Ohio's: Amish Furniture cluster	BUMGARDNER, M.; ROMIG, R.; LUPPOLD, W., 2007
Effects of species information and furniture price on consumer preferences for selected woods	BUMGARDNER, M.; NICHOLLS, D.; DONOVAN, G., 2007
New product acceptance in China's industrial wood products market	TSANG, K.; MANLEY, B.; MAPLESDEN, F., 2006

Quadro 3: Artigos relacionados com o tema

Fonte: o autor

2.6 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve a finalidade de apresentar o estudo bibliográfico da aplicação do método de Lawshe em questionário sobre satisfação de clientes de marcenarias. Dessa forma, foi realizada uma seleção de artigos que tivessem determinada relevância ao tema proposto. A busca pelos artigos, assim como os resultados obtidos, foi efetuada por meio do Portal Periódicos da Capes.

A pesquisa bibliométrica apresentou dados importantes, apesar de ter sido encontrado um número reduzido de publicações correspondentes ao tema da pesquisa. Para obter os itens de satisfação de clientes que adquirem móveis que constituirão o questionário para ser validado pelo método de Lawshe, foi percebida ainda uma carência de trabalhos relacionados à pesquisa aqui no Brasil.

2.7 REFERÊNCIAS

ALVARADO, Rubén Urbizagástegui. A bibliometria no Brasil. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 13, n. 2, p. 91-105, 1984.

ARAÚJO, Ricardo de Medeiros de; GALVÃO, Mariana. O comportamento das marcenarias no tocante ao relacionamento com o cliente no contexto inovação. **Revista dos Mestrados Profissionais**, Recife, v. 3, n. 1, p. 163-190, 2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DO MOBILIÁRIO - ABIMÓVEL. **Panorama do setor moveleiro no Brasil: informações gerais - dez.** 2006.

Disponível em:

<http://www.sebraego.com.br/site/arquivos/downloads/Panorama_do_Setor_Moveleiro_no_Brasil_23758.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2016.

AZEVEDO, Patrícia Silva de; NOLASCO, Adriana Maria. Fatores de incorporação de requisitos ambientais no processo de desenvolvimento de produtos em indústrias de móveis sob encomenda. **Ciência Rural**, v. 39, n. 8, p. 2422-2427, nov. 2009.

AYRE, Colin; SCALLY, Andrew John. Critical values for Lawshe's content validity ratio: Revisiting the original methods of calculation. **Measurement and Evaluation in Counseling and Development**, Londres, Inglaterra, v. 47, n.1, p. 79-86, 2014.

BAZARGANIPOUR, Fatemeh et al. Psychometric properties of the Iranian version of modified polycystic ovary syndrome health-related quality-of-life questionnaire. **Human Reproduction**, v. 27, n. 9, p. 2729-2736, 2012.

BUMGARDNER, Matthew; NICHOLLS, David; DONOVAN, Geoffrey. Effects of species information and furniture price on consumer preferences for selected woods. **Wood and Fiber Science**, v. 39, n. 1, p. 71-81, 2007.

BUMGARDNER, Matthew; ROMIG, Robert; LUPPOLD, William. Wood use by Ohio's Amish Furniture Cluster. **Journal Forest Products**, v. 57, n. 12, p. 6-12, 2007.

BRANDÃO JUNIOR, Antonio.; LIRA, Waleska Silveira.; GONÇALVES, Geuda Anazile da Costa. A satisfação do cliente como base para a qualidade em serviços: o caso de um supermercado de pequeno porte. **Qualit@s Revista Eletrônica**, Campina Grande, v. 3, n. 1, p. 1-13, 2004.

CARVALHO, Marly Monteiro de et al. (Org.). **Gestão da Qualidade: Teoria e Casos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

COSTA, Helder. Modelo para webibliomining: proposta e caso de aplicação. **Rev. FAE**, Curitiba, v. 13, n.1, p. 115-126, jan. /jun.2010.

DANTIER, R. M. P. et al. Validação e confiabilidade de questionário sobre transporte urbano coletivo em Campos dos Goytacazes, RJ. In: CONGRESSO LUSO-MOÇAMBICANO DE ENGENHARIA, 7., 2014, Inhambane/Moçambique. **Proceedings ... Moçambique**, 2014.

DRUM, Charles E.; HORNER-JOHNSON, Willi; WALSH, Emily S. Construction and validai-os of the Outpatient Health Care Usability Profile (OHCUP). **Disability and Health Journal**, v. 5, n. 4, p. 292-297, 2012.

ECKERT, A. et al. Avaliação e satisfação dos serviços prestados por escritório contábil. **Contabilidade e Informação**, Ijuí, v. 13, n. 33, p. 3-13, jul. /dez. 2010.

FALLIS, A. Gestão do Conhecimento: Análise Bibliométrica de Produção Científica no Período de 1990 a 2012. In: INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE (Ed.). *Climate Change 2013 - The Physical Science Ba*Cambridge: Cambridge University Press, 2013. v. 53. p. 1-30.

FERREIRA, A. B. H. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 3. ed. Curitiba: Positivo. 2004.

GALINARI, Rangel; TEIXEIRA JUNIOR, Job Rodrigues; MORGADO, Ricardo Rodrigues. A competitividade da indústria de móveis do Brasil: situação atual e perspectivas. **BNDES Setorial**, n. 37, p. 227-272, 2013. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3706.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2016.

GORINI, Ana Paula Fontenelle. **Panorama do setor moveleiro no Brasil, com ênfase na competitividade externa a partir do desenvolvimento da cadeia industrial de produtos sólidos de madeira**. BNDS setorial, v. 1, n. 1, p. 1-2, jan. 1998.

IEMI – Instituto de Estudos de Marketing Industrial. **O consumo de Móveis por habitante**. 2017. Disponível em: <<http://www.iemi.com.br/o-consumo-de-moveis-por-habitante/>>. Acesso em: 20 mar. 2017.

KIZITO, S. et al. Consumer satisfaction with wooden furniture: an empirical study of household products produced by small and medium scale enterprises in Uganda. *Journal of The Indian Academy of Wood Science*, v. 9, n. 1, p. 1-13, jun. 2012.

KOTLER, Philip; KELLER, K. L. *Administração de Marketing: A Bíblia do Marketing*. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2006. 776p.

LAWSHE, C. H. A quantitative approach to content validity. **Personnel Psychology**, Nova Jersey, EUA, v. 28, n. 4, p. 563-575, dez. 1975.

LEÃO, Maurício de Souza; NAVEIRO, Ricardo Manfredi. Móveis: Fatores de competitividade da indústria de móveis de madeira do Brasil. **Revista da Madeira**, n. 119, 2009. Disponível em:
<http://www.remade.com.br/br/revistadamadeira_materia.php?num=1375&subject=M%EF%BF%BDveis&title=Fatores%20de%20competitividade%20da%20ind%EF%BF%BDstria%20de%20m%EF%BF%BDveis%20de%20madeira%20do%20Brasil>.
Acesso em: 20 mar. de 2017.

LEE, An Sheng. A study using fuzzy linguistics on the correlation between function of wood furniture product design and taiwan consumer satisfaction. **Актуальні Проблеми Економіки**, v. 153, n. 3, p. 525-534, 2014.

MATSUKUMA, Cláudia Maria de Oliveira; HERNANDEZ, José Mauro da Costa. Escalas e métodos de análise em pesquisa de satisfação de clientes. **Revista de Negócios**, Blumenau, SC, v. 12, n. 2, p. 85-103, abr/jun. 2007.

MIRANDA, G. M. et al. Avaliação de churrascarias sob a percepção dos clientes: determinação de itens do questionário. In: CONGRESSO LUSO-MOÇAMBICAN DE ENGENHARIA, 7., 2014. Inhambane, Moçambique. **Proceedings ... Moçambique**, 2014.

MORAES, Márcia Azanha Ferraz Dias. **Estudo da competitividade de cadeias integradas no Brasil**: impactos das zonas de livre comércio. Campinas: UNICAMP-IE-NEIT, 2002. 212 p.

MORIKAWA, Márcia. **Estilo de móveis. Breve história dos móveis**. Disponível em:
<https://www.akzonobel.com/wood/br/news/index/artigos/estilo_de_moveis.aspx>.
Acesso em: 06 mar. 2017.

PATTERSON, Paul G.; JOHNSON, Lester W.; SPRENG, Richard. A Modeling the determinants of customer satisfaction for business-to-business professional services.

Journal of the Academy of Marketing Science, Estados Unidos da América, v. 25, n. 1, p.4-17, 1997.

PRADO, M. **leme: mais de R\$60 bilhões serão consumidos em 2015**. In: XXV Congresso MOVERGS. Disponível em: <<http://www.emobile.com.br/site/varejo/iemi-consumo-moveis-em-2015/>>. Acesso em: 22 fev. 2016.

REEVE, Bryce B. et al. The first step to integrating the child's voice in adverse event reporting in oncology trials: A content validation study among pediatric oncology clinicians. **Pediatric Blood and Cancer**, Malden, EUA, v. 60, n.7, p. 1231-1236, 2013.

RODRIGUES, Lilia Paula Simioni; SILVA, José Carlos Plácido da. Investigações preliminares para o estudo de caso dos manuais de instrução do pólo moveleiro de Arapongas PR. **Unopar Cient., Ciências Exatas e Tecnológicas**, Londrina, v. 1, n. 2/3, p. 59-63, 01 nov. 2004.

SOUSA, Eliane Pinheiro de; SOARES, Naisy Silva; SILVA, Márcio Lopes da. Desempenho competitivo das empresas de móveis de madeira: o caso do pólo moveleiro de UBÁ - MG. **Revista de Economia e Agronegócio**, v. 8, n. 3, p. 371-395, 2010.

SOUZA, Juan P. de et al. Avaliação de pizzarias sob a percepção dos clientes: determinação da validade de itens do questionário. **Perspectivas online: Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**, Campos dos Goytacazes, v. 13, n. 5, p. 49-61, 2015.

TSANG, Kenneth; MANLEY, Bruce; MAPLESDEN, Frances. New product acceptance in China's industrial wood products market. **New Zealand Journal of Forestry**, v. 50, n. 4, p. 24-30, 2006.

WILSON, F. Robert; PAN, Wei; SCHUMSKY, Donald A. Recalculation of the critical values for Lawshe's content validity ratio. **Measurement and Evaluation in Counseling and Development**, Londres, Inglaterra, v. 45, n. 3, p. 197-210, 2012.

3 VALIDAÇÃO DE ITENS DE QUESTIONÁRIO SOBRE A SATISFAÇÃO DE CLIENTES DE MARCENARIA

3.1 RESUMO

3.1.1 Resumo

As profissões de carpinteiro e de artesãos construtores de móveis podem ser consideradas como umas das mais antigas do mundo. A partir da Revolução Industrial, esses profissionais passaram a utilizar máquinas e ferramentas visando a obter economia de esforço e de tempo. Ao longo das pesquisas, constatou-se uma ausência em relação ao tratamento estatístico para definição de itens que podem compor um questionário para avaliação da satisfação dos clientes de marcenaria. Sendo assim, o objetivo deste trabalho é analisar a validade de itens de um questionário para avaliar a satisfação de clientes de marcenaria no município de Santo Antônio de Pádua, RJ. Inicialmente, foi realizado um levantamento bibliográfico para a escolha de itens de satisfação de clientes em marcenaria. Posteriormente, elaborou-se um questionário com 31 itens distribuídos em seis dimensões (pré-venda, na loja, matéria prima, móveis, entrega e instalação, pós-venda), o qual foi aplicado a um grupo de 50 clientes a fim de identificar quais itens seriam mantidos por meio da aplicação do método Lawshe. Dos itens avaliados no questionário, três foram excluídos (“localização”, “estacionamento” e “sala de espera”) na dimensão “na loja”, segundo a percepção dos clientes entrevistados, por serem considerados como não essenciais.

Palavras-chave: Satisfação. Marcenaria. Questionário. Lawshe.

3.1.2 Abstract

Validation of questionnaire items on customer satisfaction in woodworks Craftspeople who make furniture and carpenters can be considered as one of the oldest professionals in the world. From the industrial revolution, these professionals began to use machines and tools in order to save effort and time. When developing this research, it was verified a lack of statistical treatment for the setting of items that can put together a questionnaire to evaluate the customer satisfaction in woodworks. Therefore, the aim of this work is to analyze the validation of items of a questionnaire to evaluate the customer satisfaction in woodworks in the municipality of Santo Antonio de Pádua, State of Rio de Janeiro. A bibliographical research was carried out to choose the items of customer satisfaction in woodworks. Subsequently, a questionnaire structured in 31 items distributed in six dimensions (pre-sale, at the store, raw material, furniture, delivery and installation, post-sale) was elaborated and applied to a group of 50 customers in order to identify which items would be maintained by means of the implementation of Lawshe's method. From the items evaluated in the questionnaire, three of them were excluded ('location', 'parking' and 'waiting room') from the dimension 'at the store' according to the perception of the customers interviewed since they considered them as non-essentials.

Key-words: Satisfaction. Woodwork. Questionnaire. Lawshe.

3.2 INTRODUÇÃO

A industrialização impulsionou o avanço nos processos de fabricação em todos os seguimentos, destacando-se, neste trabalho, o seguimento de móveis. A indústria de móveis caracteriza-se pela associação de diversos processos de produção, com a introdução de diversas matérias-primas e uma diversidade de produtos finais. É segmentada principalmente em função dos materiais, tais como madeira, metal e outros, com que os móveis são fabricados, assim como de acordo com os usos a que são destinados (GORINI et al., 1998).

Os móveis de madeira, que detêm expressiva parcela do valor total da produção do setor, são ainda segmentados em dois tipos: retilíneos, que são lisos, com desenho simples de linhas retas, cuja matéria-prima principal é o painel de

madeira reconstituída; e torneados, que reúnem detalhes mais sofisticados de acabamento, com formas retas e curvilíneas misturadas, e cuja principal matéria-prima é a madeira maciça (GORINI, 2000). Ainda segundo o autor, a indústria de móveis também pode ser segmentada por categoria de uso: residencial, escritório e institucional (hospitais, escolas, lazer, restaurantes, hotéis e similares).

O setor moveleiro, por meio de geração de empregos, tem se destacado na economia brasileira por sua participação em todo território nacional e pela quantidade de encadeamentos direta e indiretamente de sua rede produtiva. A marcenaria, que executa trabalhos customizados, tem sua atividade registrada em praticamente todo o território nacional. O Estado do Rio de Janeiro possui tradição na produção de móveis de madeira, principalmente por ter sido capital nacional e abrigar as primeiras grandes fábricas de mobiliário do país (FIRJAN, 2015).

O serviço de qualidade deixou de ser um diferencial, segundo Godoy et al. (2009), passando a ser uma característica básica para as empresas se manterem no mercado. Portanto, a importância e a influência que um atendimento de qualidade tem para com os clientes foram fundamentais para executar esta pesquisa a fim de verificar a satisfação dos clientes da marcenaria.

Conforme Kotler e Armstrong (2007), a satisfação do cliente é percebida de acordo com a sua relação ao desempenho do produto. Assim, se corresponder às expectativas ele ficará satisfeito, se exceder, ele ficará altamente satisfeito.

O objetivo deste trabalho foi identificar itens considerados válidos para compor um questionário e que influenciem na satisfação de clientes que compram móveis de marcenaria.

3.3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

3.3.1 Indústria de móveis

No Brasil, o início da fabricação de móveis acontece em pequenas marcenarias artesanais. Na segunda metade do século XIX, já era percebido um número bem significativo de marcenarias e pequenas fábricas, porém, foi na década

de 1980 que a indústria de móveis alcançou grandes mudanças, usando equipamentos mecanizados na produção de novas técnicas e matérias-primas diferentes (GONÇALVES, 2013).

De acordo com Galinari, Teixeira Junior e Morgado (2012), a construção de móveis, principalmente os de madeira, pode ser considerada uma das mais tradicionais atividades da indústria de transformação. Uma das características do setor é a utilização de insumos de origem natural, emprego de mão de obra e alto grau de informalidade.

Para Tramontano e Nojimoto (2003), algumas características empregadas no mobiliário podem melhorar a contribuição do móvel, no sentido de readequar os espaços domésticos às necessidades do usuário, principalmente no que diz respeito à flexibilidade. Tais móveis, desenvolvidos com a preocupação de atender as necessidades gerais e específicas dos usuários, podem potencializar suas atribuições qualificadoras e minimizar problemas advindos dos espaços habitacionais, proporcionando maior conforto e possibilitando a execução de tarefas diversas.

3.3.2 Qualidade de serviço

O termo Qualidade vem do latim *Qualitate*, utilizado genericamente para se referir à capacidade de um produto ou serviço em atender as expectativas de um indivíduo. A qualidade pode ser contemplada sobre duas óticas: uma do ponto de vista do produtor, quando a qualidade se associa à concepção e produção de um produto que vai ao encontro das necessidades do cliente; e outra do ponto de vista do cliente, quando a qualidade está associada ao valor e à utilidade reconhecidos ao produto (KUBALL; SCHOLZ, 2014).

Segundo Carraro e Milan (2014), o mercado sofre adaptações e a busca pela excelência na qualidade torna-se o principal objetivo nas organizações. As empresas que permanecerem atuantes e competitivas no mundo dos negócios serão aquelas que apresentam excelente qualidade, agregando valor aos seus clientes. Quando determinado produto ou serviço não atender as expectativas de qualidade do cliente, este buscará outra alternativa na concorrência.

Segundo Lovelock e Wright (2002), antes mesmo de adquirir um serviço, o cliente tem uma expectativa sobre a qualidade do serviço, criada a partir das experiências próprias anteriores e das informações obtidas de terceiros. O cliente compara, após a aquisição do serviço, a qualidade que era esperada com a que ele realmente recebeu.

Segundo Juran e De Feo (2010), cada processo, atividade ou tarefa deve ser acompanhado, tendo seu desempenho medido, controlado e melhorado, sempre e quando os responsáveis diretos ou indiretos pela qualidade e do processo produtivo estejam enfocados na constante busca da melhoria para suas atividades desempenhadas.

A manutenção dos esforços na área da qualidade tem como efeito um aumento considerável em competitividade e redução de custos de produção. A qualidade não é mais uma função isolada ou independente dentro da organização; ela é ampla, envolvendo todos os setores e colaboradores (CARRARO; MILAN, 2014).

3.3.3 Satisfação do cliente

A satisfação do cliente na aquisição de um móvel sob medida deve ser projetada na sua capacidade da percepção de bem-estar, desenvolvido por sua análise de cumprimento do que foi prometido por parte da empresa prestadora de serviço ou vendedora de um produto, e também pela compreensão de ter adquirido um produto que satisfaça seus anseios.

De acordo com Las Casas (2006), os clientes que compram móveis, comparam as ofertas entre as diferentes empresas que comercializam o produto antes de decidirem sua compra, pois acreditam que podem encontrar diferenças significativas nos preços, compensando o esforço. Além disso, para o autor, um cliente satisfeito e fiel transmite informações positivas da empresa para em média cinco pessoas, mas, um cliente insatisfeito transmite informações negativas da empresa para pelo menos nove pessoas.

Conforme Kotler e Keller (2006), o estudo do comportamento do consumidor orienta o lançamento e aprimoramento de produtos e serviços, o direcionamento de

canais de projeção e distribuição, além da determinação correta dos preços. Tais estratégias serão responsáveis por definir as atividades diretamente envolvidas em obter, consumir e dispor de produtos e serviços, incluindo os processos decisórios que antecedem e sucedem estas ações (ENGEL; BLACKWELL; MINIARD, 2000).

Segundo Oliveira (2012, p. 7) “[...] satisfação é um estado psicológico, construído através das expectativas atendidas”. A satisfação pode ser mensurada por meio da relação entre o que o cliente espera e o que recebeu. Sendo assim, se a percepção sobre o que recebeu for maior que a sua expectativa, ele ficará satisfeito, o que influenciará diretamente no fato de ele se tornar fiel ou não.

3.3.4 Aplicação do método de Lawshe

O método de validação para avaliação de itens de questionário foi proposto por Lawshe (1975) sendo aplicado em diversos trabalhos na área de medicina tais como: Perfil e usabilidade de ambulatório de saúde (GHAZANFARI et al., 2010), Intervenções de promoção da saúde da comunidade (KASMEL; TANGGAARD, 2011), Sensações de acupuntura (YU; JONES; PANG, 2012) e Oncologia pediátrica (ORELLANO; JUTAI, 2013).

A validação de itens de questionário também foi aplicada outras áreas como: Desempenho das empresas de construção chinesas (YAN, 2009), Qualidade em Pesquisa em SI: Teoria e Validação de Construções para Serviços, Informações e Sistema (DING, 2010), Avaliação de Falhas Cognitivas no Trabalho (ALLAHYARI et al., 2011), Escala de habilidades de comunicação interpessoal (VAKILI; HIDARNIA; NIKNAMI, 2012), Inventário de Burnout de Copenhague – versão estudantes: adaptação e validação transcultural para Portugal e Brasil (CAMPOS; CARLOTTO; MARÔCO, 2013), Avaliação de churrascarias sob a percepção dos clientes: determinação de itens do questionário (MIRANDA et al., 2014), Validação e confiabilidade de questionário sobre transporte urbano coletivo em Campos dos Goytacazes, RJ (DANTIER et al., 2014), Avaliação de pizzarias sob a percepção dos clientes: determinação da validade de itens do questionário (SOUZA et al., 2015), Avaliação de um supermercado sob a percepção dos clientes: determinação da validade de itens do questionário (SALLES et al., 2015), Validação de itens de

questionário para avaliação no nível de satisfação de uma lanchonete, em Campos dos Goytacazes, RJ (ALVES et al., 2016) e Análise do grau de satisfação dos serviços oferecidos pelo registro acadêmico de uma instituição federal de ensino (RIBEIRO, 2017).

3.4 METODOLOGIA

Na elaboração do questionário foram realizadas consulta em literaturas que contemplassem o tema “marcenaria” e “satisfação de clientes” em sites como Portal CAPES, *Scopus* e *Scielo*, para a obtenção de base teórica sobre os itens a serem avaliados sobre a satisfação de cliente de uma marcenaria. Os 31 que apresentaram maior presença foram compilados e divididos em seis dimensões: “Pré-venda”, “Na loja”, “Matéria-prima”, “Móveis”, “Entrega e instalação” e “Pós-venda”.

Inicialmente o questionário elaborado foi aplicado a cinco clientes de marcenaria como pré-teste para verificar se existia algum item que poderia apresentar dúvidas quanto à pergunta ou a resposta. Após essa etapa, o questionário foi aplicado aleatoriamente a 50 clientes de marcenaria no município de Santo Antônio de Pádua, localizado na região Noroeste Fluminense.

Para validação dos itens do questionário estruturado com perguntas fechadas foi utilizado o método de Lawshe (1975). Encontra-se, na Tabela 1, os 31 itens distribuídos nas seis dimensões utilizadas no questionário, com seus respectivos autores.

Tabela 1- Itens de questionário de satisfação de clientes de marcenaria com os respectivos autores (continuação)

Dimensão e itens	Autor*														
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15
5. ENTREGA E INSTALAÇÃO															
5.1. Prazo e entrega dos móveis				X	X		X								
5.2. Disponibilidade (datas e horários) para entrega						X									
5.3. Pontualidade da entrega			X				X								
5.4. Acondicionamento do móvel no veículo de transporte		X	X	X		X				X				X	
5.5. Cuidado no transporte do móvel no interior da residência						X									
5.6. Cuidado na montagem			X		X	X	X				X	X			
5.7. Limpeza do ambiente pós-montagem						X									
6. PÓS-VENDA															
6.1. Atendimento pós-venda					X		X								

* A1- KIZITO et al. (2012); A2- PALUŠ; MAŤOVÁ; KAPUTA (2012); A3- GALINARI; TEIXEIRA JUNIOR; MORGADO (2012); A4- AZEVEDO; NOLASCO (2009); A5- GANZER et al. (2011); A6- GORINI (1998); A7- LAZZARI; RAUPP (2014); A8- SCHROEDER; RODRIGUES (2008); A9- BOA et al. (2012); A10- BOWE; BUMGARDNER; MACE (2008); A11- HIGACHI; OLIVEIRA; MEINERS (2009); A12- TEREZO; SZÜCS (2010); A13- KRÜGER et al. (2015); A14- MAIELLARO et al. (2015); A15- ORCIOULI (2012); A16- SILVA et al. (2013); A17- ABREU, MENDES; SILVA (2009); A18- SILVA; SANTOS (2005); A19- SOUSA; SOARES; SILVA (2010); A20- TRAVESSINI et al. (2015); A21- ALMEIDA et al. (2012); A22- ALVES et al. (2009); A23- ABREU (2006); A24- SOUZA (2009); A25- MULINARI; MACHADO; MIRANDA (2015); A26- RODRIGUES; SILVA (2004); A27- GARCIA; RODRIGUES; LEAL (2015); A28- MOLINA; CALIL JUNIOR (2010); A29- FALLER; ALMEIDA (2014); A30- AFF; ARAÚJO (2013); A31- LARENTIS; MILAN; TONI (2012).

Tabela 1- Itens do questionário de satisfação de clientes de marcenaria com os respectivos autores (continuação)

Dimensão e itens	Autor*															
	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31
1. PRÉ-VENDA																
1.1. Disponibilidade (agendamento - datas e horários) para visita	X							X	X					X		X
1.2. Pontualidade da visita																
1.3. Cordialidade e apresentação pessoal na visita																
1.4. Utilização de equipamentos para medição	X				X			X							X	
1.5. Apresentação de opções, ideias e confecção de croqui na visita	X				X					X		X	X	X	X	X
1.6. Tempo para entrega do orçamento e detalhamento do mesmo																
1.7. Marketing					X		X		X		X	X			X	X
2. NA LOJA																
2.1. Localização			X				X		X						X	
2.2. Catálogo de móveis																
2.3. Estacionamento																X
2.4. Atendimento			X				X		X		X				X	X
2.5. Sala de espera											X					
2.6. Showroom																X
2.7. Escritório			X					X	X			X			X	
2.8. Banheiros			X													
3. MATÉRIA-PRIMA																
3.1. Variedade de Madeira de lei (mogno, cedro, etc)	X	X	X			X	X	X	X	X		X	X	X	X	X
3.2. Variedade de Madeira de reflorestamento (eucalipto, pinus, etc)			X	X		X		X	X				X	X		
3.3. Variedade de Painéis (compensado, MDF, etc)	X	X	X	X		X	X	X	X		X		X			
4. MÓVEIS																
4.1. Acabamento	X	X	X			X		X	X				X		X	X
4.2. Design			X		X		X	X	X		X		X	X		X
4.3. Ergonomia					X			X			X					
4.4. Preço		X	X	X			X		X				X	X	X	X
4.5. Forma de pagamento (à vista, parcelado)														X		X

Tabela 1- Itens de questionário de satisfação de clientes de marcenaria com os respectivos autores (conclusão)

Dimensão e itens	Autor*															
	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31
5. ENTREGA E INSTALAÇÃO																
5.1. Prazo de entrega dos móveis			X													
5.2. Disponibilidade (datas e horários) para entrega																
5.3. Pontualidade da entrega			X											X		
5.4. Acondicionamento do móvel no veículo de transporte			X					X								
5.5. Cuidado do móvel no interior da residência	X												X		X	
5.6. Cuidado na montagem									X		X		X	X	X	X
5.7. Limpeza do ambiente pós-montagem																
6. PÓS-VENDA																
6.1. Atendimento pós-venda																X

Fonte: O autor

* A1- KIZITO et al. (2012); A2- PALUŠ; MAŤOVÁ; KAPUTA (2012); A3- GALINARI; TEIXEIRA JUNIOR; MORGADO (2012); A4- AZEVEDO; NOLASCO (2009); A5- GANZER et al. (2011); A6- GORINI (1998); A7- LAZZARI; RAUPP (2014); A8- SCHROEDER; RODRIGUES (2008); A9- BOA et al. (2012); A10- BOWE; BUMGARDNER; MACE (2008); A11- HIGACHI; OLIVEIRA; MEINERS (2009); A12- TEREZO; SZÜCS (2010); A13- KRÜGER et al. (2015); A14- MAIELLARO et al. (2015); A15- ORCIOULI (2012); A16- SILVA et al. (2013); A17- ABREU, MENDES; SILVA (2009); A18- SILVA; SANTOS (2005); A19- SOUSA; SOARES; SILVA (2010); A20- TRAVESSINI et al. (2015); A21- ALMEIDA et al. (2012); A22- ALVES et al. (2009); A23- ABREU (2006); A24- SOUZA (2009); A25- MULINARI; MACHADO; MIRANDA (2015); A26- RODRIGUES; SILVA (2004); A27- GARCIA; RODRIGUES; LEAL (2015); A28- MOLINA; CALIL JUNIOR (2010); A29- FALLER; ALMEIDA (2014); A30- AFF; ARAÚJO (2013); A31- LARENTIS; MILAN; TONI (2012).

Realizou-se a validação, verificando a importância de cada item definido, sendo oferecidas as seguintes opções de respostas para cada item do questionário compilado: (1) não essencial; (2) essencial; e, (NS) não sei/ prefiro não opinar. Os dados foram tabulados e, por meio da razão entre o número de respondentes que assinalaram a opção (2) “essencial” e o total de entrevistados (excluindo-se destes os que responderam “(NS) não sei/ prefiro não opinar”), foi obtida a frequência relativa (%) de respondentes que consideraram o item como essencial ($FR_{\text{essencial}}$). Posteriormente, foi calculado o valor de CVR ($CVR_{\text{calculado}}$) de cada item, conforme a seguinte fórmula:

$$CVR = \frac{n_e - \left(\frac{N}{2}\right)}{\left(\frac{N}{2}\right)}$$

Na fórmula, “ n_e ” corresponde ao número de especialistas que classificaram cada item como “essencial”, e “ N ” é o número total de respondentes, excluindo-se destes os que responderam “(NS) não sei/ prefiro não opinar”.

Para cada item do questionário foi anotado o valor de $CVR_{\text{crítico}}$, adotando-se os valores revisados e calculados pelo estudo de Wilson, Pan e Schumsky (2012), utilizando-se o nível de significância de 5%.

Foram adotados os valores calculados e revisados por Wilson, Pan e Schumsky (2012) e o valor mínimo do CVR chamado de $CVR_{\text{crítico}}$.

Ayre e Scally (2014) revisaram os métodos originais de Lawshe a partir de cálculos com base em um CRV, sugerindo a utilização para cálculos de probabilidades de valores para $CVR_{\text{crítico}}$, usando a distribuição "binomiais exatas".

Foram comparados os valores do $CRV_{\text{calculado}}$ com o $CVR_{\text{crítico}}$. Nos casos em que o $CRV_{\text{calculado}}$ era maior do que o $CVR_{\text{crítico}}$, os itens foram mantidos. Porém, nos casos em que o valor do $CRV_{\text{calculado}}$ era menor do que o $CVR_{\text{crítico}}$, os itens foram excluídos do questionário.

3.5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na Figura 6 encontram-se as frequências (%) das opções “não essenciais”, “essenciais” e a abstenção “não sei” de cada item avaliado, segundo a percepção dos 50 clientes de marcenaria. Dos 31 itens avaliados no questionário, pode-se constatar que 3 (três) itens (“2.1-Localização”, “2.3-Estacionamento” e “2.5-Sala de espera”) apresentaram uma porcentagem da opção “não essencial”, variando de 40 a 56%. Pode-se verificar também, na Figura 7, que todos os clientes identificaram como 100% essenciais os itens: “2.4-Atendimento”; “4.1-Acabamento”; “4.5-Forma de pagamento”; “5.1-Prazo de entrega”; “5.5-Cuidado no transporte no interior da residência”; e “5.6-Cuidado na montagem”.

Pode-se observar, na Tabela 2, os itens do questionário com os respectivos valores do número de clientes que responderam como essenciais (Ne), o número total de clientes que responderam o item (N), a frequência da opção “essenciais” (%), o $CVR_{calculado}$, o $CVR_{crítico}$ e a decisão. Dos 31 itens avaliados no questionário, três foram excluídos (“2.1-Localização”, “2.3-Estacionamento” e “2.5-Sala de espera”) na dimensão “na loja”, segundo a percepção dos 50 clientes entrevistados, por apresentarem valores do $CVR_{calculado}$ menor do que valores do $CVR_{crítico}$, corroborando as porcentagens desses itens, que variou de 40 a 56% como “não essencial” (Figura 6). Este fato pode ser atribuído na maioria desses itens, em função de poucos autores terem mencionado essas variáveis (Tabela 1).

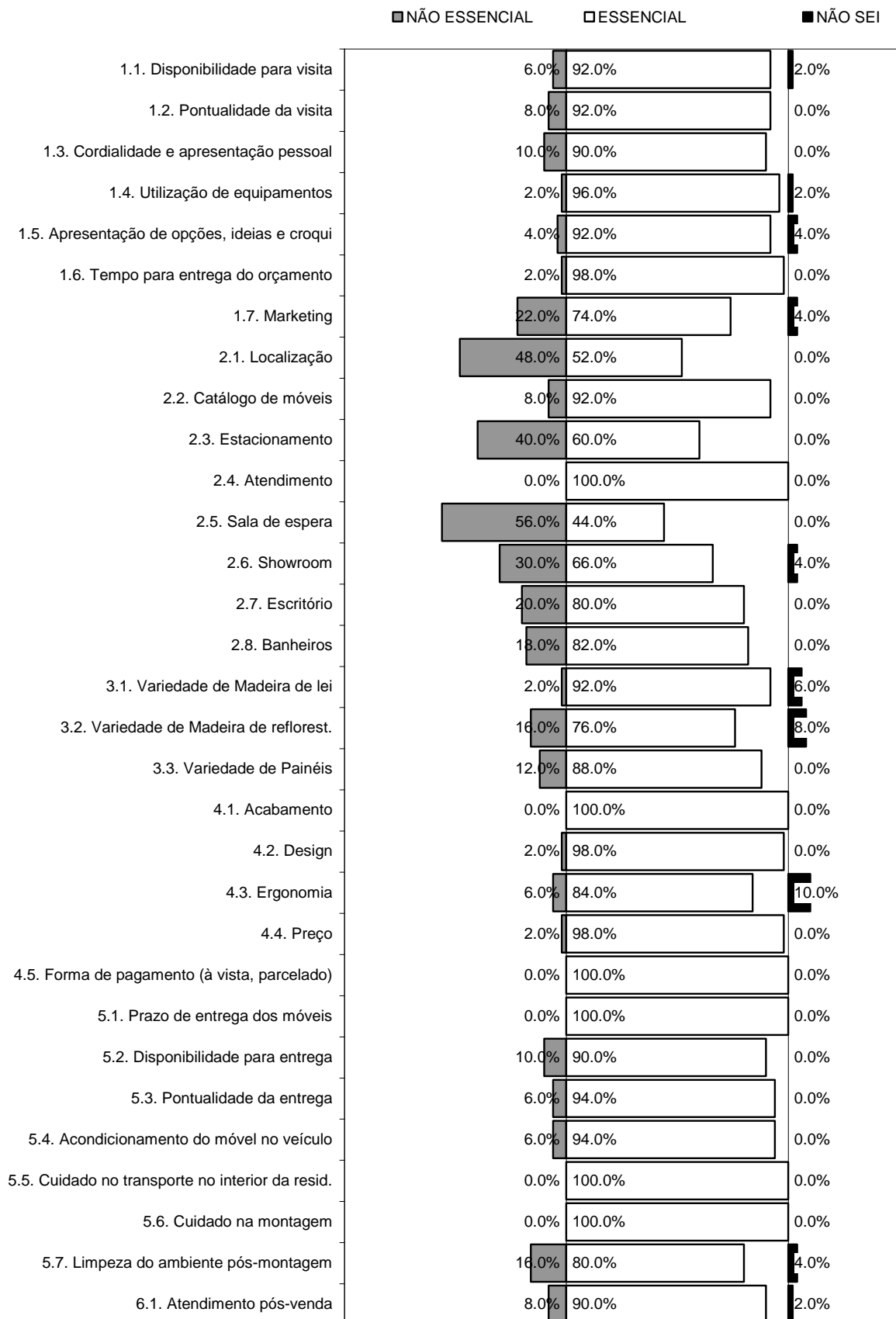


Figura- 6. Frequências dos itens avaliados segundo a percepção dos clientes de marcenaria.

Fonte: O autor

Tabela 2- Itens do questionário de satisfação com os respectivos CVRcalculado, CVRcrítico e a decisão de manter ou excluir

Nº	Dimensão e Itens	Ne	N	%essenciais	CVRcalculado	CVRcrítico	Decisão
1	PRÉ-VENDA						
1.1	Disponibilidade (agendamento - datas e horários) para visita	46	49	93,9%	0,878	0,280	Manter
1.2	Pontualidade da visita	46	50	92,0%	0,840	0,277	Manter
1.3	Cordialidade e apresentação pessoal na visita	45	50	90,0%	0,800	0,277	Manter
1.4	Utilização de equipamentos para medição	48	49	98,0%	0,959	0,280	Manter
1.5	Apresentação de opções, ideias e confecção de croqui na visita	46	48	95,8%	0,917	0,283	Manter
1.6	Tempo para entrega do orçamento e detalhamento do mesmo	49	50	98,0%	0,960	0,277	Manter
1.7	Marketing	37	48	77,1%	0,542	0,283	Manter
2	NA LOJA						
2.1	Localização	26	50	52,0%	0,040	0,277	Excluir
2.2	Catálogo de móveis	46	50	92,0%	0,840	0,277	Manter
2.3	Estacionamento	20	30	66,7%	0,333	0,358	Excluir
2.4	Atendimento	50	50	100,0%	1,000	0,277	Manter
2.5	Sala de espera	22	50	44,0%	-0,120	0,277	Excluir
2.6	Showroom	33	48	68,8%	0,375	0,283	Manter
2.7	Escritório	40	50	80,0%	0,600	0,277	Manter
2.8	Banheiros	41	50	82,0%	0,640	0,277	Manter
3	MATÉRIA-PRIMA						
3.1	Variedade de Madeira de lei (mogno, cedro, etc)	46	47	97,9%	0,957	0,286	Manter
3.2	Variedade de Madeira de reflorestamento (eucalipto, pinus, etc)	38	46	82,6%	0,652	0,289	Manter
3.3	Variedade de Painéis (compensado, MDF, etc)	44	50	88,0%	0,760	0,277	Manter
4	MÓVEIS						
4.1	Acabamento	50	50	100,0%	1,000	0,277	Manter
4.2	Design	49	50	98,0%	0,960	0,277	Manter
4.3	Ergonomia	42	45	93,3%	0,867	0,292	Manter
4.4	Preço	49	50	98,0%	0,960	0,277	Manter
4.5	Forma de pagamento (à vista, parcelado)	50	50	100,0%	1,000	0,277	Manter

Tabela 2- Itens do questionário de satisfação com os respectivos CVRcalculado, CVRcrítico e a decisão de manter ou excluir (conclusão)

Nº	Item	Ne	N	%essenciais	CVRcalculado	CVRcrítico	Decisão
5	ENTREGA E INSTALAÇÃO						
5.1	Prazo de entrega dos móveis	50	50	100,0%	1,000	0,277	Manter
5.2	Disponibilidade (datas e horários) para entrega	45	50	90,0%	0,800	0,277	Manter
5.3	Pontualidade da entrega	47	50	94,0%	0,880	0,277	Manter
5.4	Acondicionamento do móvel no veículo de transporte	47	50	94,0%	0,880	0,277	Manter
5.5	Cuidado no transporte do móvel no interior da residência	50	50	100,0%	1,000	0,277	Manter
5.6	Cuidado na montagem	50	50	100,0%	1,000	0,277	Manter
5.7	Limpeza do ambiente pós-montagem	40	48	83,3%	0,667	0,283	Manter
6	PÓS-VENDA						
6.1	Atendimento pós-venda	45	49	91,8%	0,837	0,280	Manter

Fonte: O autor

Analisando a Tabela 2, pode-se observar na dimensão “1-Pré-venda” que, segundo a percepção dos clientes, a disponibilidade, a pontualidade e a cordialidade na visita são importantes, uma vez que o cliente preza por ser bem atendido, com cordialidade e presteza, facilitando o atendimento com pontualidade no horário delimitado pelo cliente e pelo profissional em marcenaria. Segundo Gonçalves (2002), a pontualidade é uma forma de expressar a importância e o respeito que o profissional possui pelos seus clientes, juntamente com a qualidade do atendimento, que tem sido uma preocupação constante tanto nas organizações públicas, quanto nas organizações privadas. De acordo com Barbosa (2013), a cordialidade deve ser observada no padrão de atendimento do vendedor em relação ao projeto solicitado pelo cliente na fase da negociação da venda.

O detalhamento do projeto contido no desenho técnico exige medidas exatas executadas por equipamentos de medição na venda. É nessa fase de revisão, realizada pelo projetista, que tais cuidados de especificações devem ser redobrados (BARBOSA, 2013). A importância da apresentação de ideias do projeto para o cliente deve-se ao fato de poder criar a partir de fotos em revistas ou a partir do aprendizado passado de pai para filho, utilizando padrões aprendidos e ajustando a produção de móveis às medidas estipuladas pelo projeto (MÁXIMO, 2013).

A partir da aprovação do projeto pelo cliente, o projetista realiza, com base em desenhos técnicos, as medidas do ambiente físico para qual o produto será destinado, de acordo com seu orçamento e prazo de entrega estipulado (KRÜGER, 2015).

As empresas que produzem móveis utilizam o *marketing* como estratégia para atender bem seus clientes, auxiliando no planejamento a fim de que a empresa atinja seus objetivos de mercado alvo (KOTLER, 1998).

Na dimensão “2-Loja” (Tabela 2) foram mantidos os seguintes itens: “Catálogo de móveis”, “Atendimento”, “Showroom”, “Escritório” e “Banheiros”. Segundo Lorenzini, Zucatto e Barcelos (2012), a empresa de móveis estabelece uma gestão de portfólio adequado a seu negócio. Com relação aos novos produtos, a empresa pode estabelecer um determinado tempo deste no mercado ou, caso não haja aceitação, retirá-lo do catálogo.

De acordo com Gorine (1998), o atendimento pode ser personalizado e, muitas vezes, o consumidor recebe também orientação por parte do projetista quanto às especificações e o detalhamento sobre o projeto.

O showroom da loja mostra ao cliente uma forma de comercialização de móveis sob medida, apresentando de forma clara e objetiva espaços ambientados com mobília (BARBOSA, 2013).

Um fator que ajuda no fechamento de uma venda de móveis sob medida é o fato de a marcenaria possuir um escritório para o atendimento do cliente onde sua estrutura deve ser apresentável e oferecer conforto. O ambiente deve ser o cartão de visitas, mostrando que a empresa possui organização e limpeza.

De acordo com Silva, Souza e Minetti (2002), em uma marcenaria os sanitários devem ser mantidos limpos a fim de não exalarem odores desagradáveis, sendo fornecidos também papel toalha para a secagem das mãos fazendo com que os clientes percebam a higiene do ambiente.

Os itens “Localização”, “Estacionamento” e “Sala de espera”, segundo a percepção dos clientes de marcenaria, foram excluídos por não terem sido considerados essenciais. Para os itens “Localização” e “Estacionamento”, pode-se atribuir ao fato de a pesquisa ter sido realizada em Santo Antônio de Pádua, onde as marcenarias estão situadas em locais de fácil acesso e ter boa mobilidade, além de apresentar facilidades de locais para estacionamento. Quanto ao item “Sala de espera”, Moreira Jr. (2001) considera como um espaço reservado para conversação e troca de experiência. A exclusão desse item pode estar atribuída à eficiência no atendimento quanto à disponibilidade e à pontualidade da visita dos clientes na marcenaria.

Na dimensão “3-Loja”, segundo a percepção dos clientes de marcenaria, todos os itens foram considerados essenciais e mantidos no questionário (Tabela 2).

Segundo Gorine (1998), o uso de madeiras de lei (madeiras nobres) apresenta restrições de caráter ambiental por serem originadas de florestas nativas. No comércio internacional, tem-se dado preferência às madeiras de reflorestamento, como o pinus e o eucalipto. São matérias-primas para construção de móveis por oferecerem um ambiente mais sustentável. Entre as novas matérias-primas para a construção de móveis, pode-se destacar uma variedade de painéis, como: o compensado; o *Medium-Density Fiberboard* (MDF); e o *Medium Density Particleboard* (MDP).

Na dimensão "4-Móveis" todos os itens foram mantidos (Tabela 2).

De acordo com Gorini (1998) a indústria de móveis depende da qualidade, dos processos produtivos, do conforto, da facilidade de montagem e, sobretudo, do

design dos móveis. A utilização de novos materiais, os novos tipos de acabamento e *design* constituem as principais atividades inovadoras na indústria.

A ergonomia está relacionada à funcionalidade dos produtos de marcenaria e ao conforto dos usuários (GALINARI, 2012).

Segundo Motta (2007), o preço está relacionado ao produtor por meio do repasse das especificações dos produtos, estabelecimento do preço e para aprovação dos móveis fabricados.

As empresas de marcenaria buscam a competitividade e estabilidade no mercado incrementando seus produtos, oferecendo opções de entrega, prazos e formas de pagamento das atividades que envolvem a comercialização de móveis (ARAÚJO; GALVÃO, 2014).

Na dimensão “5-Entrega e instalação”, segundo a percepção dos clientes de marcenaria, todos os itens foram mantidos.

Segundo Lorenzini, Zucatto e Barcelos (2012), a disponibilidade de produtos permite que a empresa tenha competição por preço, devido à valorização do aumento da produção em escala, que está ligada à sua distribuição e confiabilidade no prazo de entrega dos móveis.

De acordo com Galinari, Teixeira Junior e Morgado (2012), a pontualidade de entrega é um item importante inserido na qualidade de serviço, sendo um diferencial competitivo amplamente destacado em propagandas da empresa, pois uma sucessão de atrasos na entrega e erros na montagem de produtos pode fazer com que uma aquisição de um excelente produto se torne uma experiência de compra ruim e, portanto, geradora de propaganda negativa.

Segundo Zamoner (2016), a melhoria das embalagens dos produtos contribui para a diminuição do impacto durante o transporte e a distribuição dos mesmos facilitando a montagem do móvel no interior da residência.

Araújo e Galvão (2014) relatam que a empresa onde existe uma política de limpeza durante a montagem do móvel recebe elogios por parte dos clientes que adquirem o produto.

Na dimensão “6-Pós-venda”, o item "Atendimento pós-venda", segundo a percepção dos clientes de marcenaria foi mantido. Para Araújo e Galvão (2014) os empresários citam esta ação como inovadora e que está sendo amplamente difundida no mercado como uma forma de não perder o cliente.

3.6 CONCLUSÃO

Este trabalho, contendo um questionário de 31 itens sobre a satisfação de clientes de marcenaria distribuídos em seis dimensões, foi avaliado pelo método de Lawshe. Os dados mostram que: i) um atendimento personalizado oferece ao consumidor orientação específica sobre o detalhe do projeto e, para isso, o projetista utiliza equipamentos de medição obtendo a exatidão das medidas a serem executadas na construção dos móveis logo após o cliente aprovar o projeto; ii) o projetista realiza, com base em desenhos técnicos, todas as medidas do ambiente físico para qual o produto será destinado, de acordo com seu orçamento e prazo de entrega, iii) o acabamento e *design* de produtos na indústria brasileira de móveis é bastante estratégico para o sucesso das empresas de marcenaria, indo além do desenvolvimento de atributos estéticos, do conforto, da facilidade de montagem e auxiliando na criação de produtos mais eficientes, funcionais e atrativos para o cliente; iv) o preço final é algo que deve ser calculado com atenção e cuidado, sendo um dos motivos básicos para a perda de cliente, pois parte deles busca por preços mais baixos, migrando para os concorrentes; v) as empresas de marcenarias buscam a competitividade, oferecendo seus produtos e a forma de entrega, bem como os prazos e formas de pagamento das atividades que envolvem a comercialização de móveis; e vi) a melhoria das embalagens dos produtos possibilita o transporte e a entrega dos móveis em condições adequadas, o que facilita também a montagem do móvel no interior da residência. Somente três itens (“localização”, “estacionamento” e “sala de espera”) na dimensão “na loja” - que corresponde acerca de 10% - foram excluídos, por apresentar $CVR_{\text{calculado}} < CVR_{\text{crítico}}$. As porcentagens desses itens variaram de 40 a 56% como “não essencial”, segundo a percepção dos clientes de marcenaria.

3.7 REFERÊNCIAS

ABREU, Luciana Barbosa de. **Pequenos objetos de resíduos de painéis de madeira gerados pela indústria moveleira**. Lavras: UFLA, 2006. 104 p. Apresentada como dissertação de Mestrado em Engenharia Florestal.

ABREU, Luciana Barbosa de, MENDES, Lourival Marin; SILVA, José Reinaldo Moreira da. Aproveitamento de resíduos de painéis de madeira gerados pela indústria moveleira na produção de pequenos objetos. **Revista Árvore**, Viçosa-MG, v. 33, n. 1, p. 171-177, 2009.

AFF, Carla Christianne Magno Lucas; ARAÚJO, Richard Medeiros de. Móveis planejados: um estudo sobre a cadeia de fornecimento no contexto da inovação. **Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração**, v. 5, n. 2, p. 49-62, 2013.

ALLAHYARI, Teimour et al. Development and Evaluation of a New Questionnaire for Rating of Cognitive Failures at Work. **International Journal of Occupational Hygiene**, v. 3, n. 1, p. 6-11, 2011.

ALMEIDA, K.N.S. et al. Mensuração do volume de resíduo gerado em marcenaria no município de Bom Jesus-PI. **Scientia Plena**, v. 8, n. 4, p. 1-4, 2012.

ALVES, Melissa Silva et al. Validação de itens de questionário para avaliação no nível de satisfação de uma lanchonete, segundo a percepção de clientes, em Campos dos Goytacazes, RJ. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 23., 2016, Bauru. **Anais...** . Bauru: Unesp, 2016. p. 1 - 14.

ALVES, Ricardo Ribeiro et al. Certificação Florestal e o Mercado Moveleiro Nacional. **Revista Árvore**, Viçosa-MG, v. 33, n. 3, p. 583-589, 2009.

ARAÚJO, Ricardo de Medeiros de; GALVÃO, Mariana. O comportamento das marcenarias no tocante ao relacionamento com o cliente no contexto inovação. **Revista dos Mestrados Profissionais**, Recife, v. 3, n. 1, p. 163-190, 2014.

ARRUDA, Guilherme. **Indústria brasileira do mobiliário: desafios e evolução**. Curitiba: Alternativa, 1997.

AZEVEDO, Patrícia Silva de; NOLASCO, Adriana Maria. Fatores de incorporação de requisitos ambientais no processo de desenvolvimento de produtos em indústrias de móveis sob encomenda. **Ciência Rural**, v. 39, n. 8, p. 2422-2427, nov. 2009.

BARBOSA, Paula Andréa. **Como agregar valor ao produto e satisfazer o cliente na prestação de serviço de móveis planejados**. 2013. 157 f. Monografia (Especialização) - Curso de Especialização em Gerenciamento de Obras, Acadêmico de Construção Civil, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

BAXTER, M. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 2. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 1998.

BOA, Ana Carolina et al. Análise do Layout de uma Indústria Moveleira Localizada no Polo de Linhares. **Floresta e Ambiente**, Linhares - ES, p. 155-161, 2012.

BOWE, Scott; BUMGARDNER, Matt; MACE, Terry. **Opportunities and challenges for the export of U.S. value-added wood products to China**. Delaware: U.S. Forest Service, 2008. 32 p.

CAMPOS, Juliana Alvares Duarte Bonini; CARLOTTO, Mary Sandra; MARÔCO, João. Copenhagen Burnout Inventory - student version: adaptation and transcultural validation for Portugal and Brazil. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, Porto Alegre, v. 26, n. 1, p. 87-97, 2013.

CARVALHO, Marly Monteiro de et al (Org.). **Gestão da Qualidade: Teoria e Casos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CARRARO, Isaias Ricardo; MILAN, Gabriel Sperandio. A Redução de Custos a partir da Eliminação da Variabilidade na Qualidade Inerente ao Processo de Instalações Pneumáticas em Implementos Rodoviários. **Sustainable Business – International Journal**, n. 41, p. 1-21, 2014.

DENK, Adelino. **Pólos moveleiros: 1 – São Bento do Sul (SC)**. Curitiba: Alternativa Editorial, 2002.

DING, Yi. **Quality in IS Research: Theory and Validation of Constructs for Service, Information, and System**. 2010. 157 f. Tese (Doutorado) - Curso de Computer Information Systems, Department of Computer Information Systems, Georgia State University, Atlanta, 2010.

FALLER, Lisiane Pellini; ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro de. Planejamento por cenários: preparando pequenas empresas do varejo de móveis planejados para um futuro competitivo. **Revista de Administração**, v. 49, n. 1, p. 171-187, 2014.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

Federação das Indústrias do Rio de Janeiro - FIRJAN. **Pesquisa diagnóstico da indústria moveleira do estado do Rio de Janeiro 2015**. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=2C908A8F4F4C1F2E014F5037FC7A5908&inline=1>>. Acesso em: 20 fev. 2017.

FGV. **Análise da competitividade da indústria moveleira do estado do Rio de Janeiro**. Fundação Getúlio Vargas. FGV Projetos. 2002.

GALINARI, Rangel; TEIXEIRA JUNIOR, Job Rodrigues; MORGADO, Ricardo Rodrigues. **A competitividade da indústria de móveis do Brasil**: situação atual e perspectivas. BNDES Setorial, v. 37, p. 227-272, 01 jan. 2012.

GANZER, Paula Patricia et al. Inteligência estratégica e internacionalização de empresas: competitividade da indústria moveleira do rio grande do sul no mercado mundial. **Revista Global Manager**, v. 11, n. 2, p. 1-2, jan. 2011.

GARCIA, Lucas Bissoli; RODRIGUES, Felipe Thomes; LEAL, Erika de Andrade Silva. Aspectos da atividade inovadora nas empresas do setor moveleiro de Cariacica (ES). **Retec - Revista de Tecnologias**, Ourinhos, v. 8, n. 2, p. 80-97, 2015.

GODOY, Leoni Pentiado et al. A qualidade na prestação de serviços em uma pizzaria analisando percepção e expectativa. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 29., 2009, Salvador. **Anais ...** Salvador, 2009.

GONÇALVES, Rafael Kim Martinez. **Comportamento de compra de móveis residenciais de alta decoração na Zona da Mata Mineira**. Dissertação (Curso de Mestrado em Administração), Fundação Pedro Leopoldo: FPL, 2013. Disponível em: <http://www.fpl.edu.br/2013/media/pdfs/mestrado/dissertacoes_2013/dissertacao_raf_ael_kim_martinez_goncalves_2013.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2017.

GONÇALVES, E. M. Serviço de atendimento ao cidadão: modelo organizacional para a melhoria na prestação de serviço público. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DEL CLAD SOBRE LA REFORMA DEL ESTADO Y LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, 7, 2002, Lisboa. **Anais...** Lisboa: Portugal, 2002. p. 08-11.

GORINI, Ana Paula Fontenelle. Panorama do setor moveleiro no Brasil, com ênfase na competitividade externa a partir do desenvolvimento da cadeia industrial de produtos sólidos de madeira. **BNDS Setorial**, v. 1, n. 1, p. 1-2, jan. 1998.

GORINI, Ana Paula Fontenelle. **A Indústria de móveis no Brasil**. São Paulo: Alternativa Editorial, 2000.

HANSEN, Renato. **Proposta de estruturação das fases iniciais do processo de desenvolvimento de produto para o setor moveleiro de Bento Gonçalves**. 2004. 147 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado Profissional em Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

HIGACHI, Hermes Yukio; OLIVEIRA, Rafael de Souza; MEINERS, Wilhelm E. M. A. O Desenvolvimento Recente da Competitividade da Indústria de Móveis do Paraná. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, n. 117, p. 53-77, 01 jan. 2009.

JOHNSON, Jeff W. et al. Validation Is Like Motor Oil: Synthetic Is Better. **Industrial and Organizational Psychology**, [s.l.], v. 3, n. 3, p. 305-328, 18 ago. 2010. Cambridge University Press (CUP).

JURAN, Joseph M.; DE FEO, Joseph A. **Juran's quality handbook: the complete guide to performance excellence**. 6th edition. New York: McGraw-Hill, 2010. 1136p.

KIZITO, S. et al. Consumer satisfaction with wooden furniture: an empirical study of household products produced by small and medium scale enterprises in Uganda. **Journal of The Indian Academy of Wood Science**, v. 9, n. 1, p. 1-13, jun. 2012.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998. 725p.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOTLER, Philip; KELLER, K. L. **Administração de Marketing: A Bíblia do Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2006. 776p.

KRÜGER, Jaqueline de Menezes et al. Usabilidade e design de mobiliário para a melhoria em processos industriais. **Tecno-log.**, v. 19, n. 2, p. 42-48, 16 jul. 2015.

KUBALL, Gian Leote.; SCHCLZ, Robson Henrique. Investigação de Falhas Operacionais em uma Produção de Motores Diesel que Impactam Diretamente no Cliente. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, n.1. v. 2. p. 31-46. 2014.

LARENTIS, Fabiano; MILAN, Gabriel Sperandio; TONI, Deonir de. Formação de estratégia como um processo coletivo e múltiplas perspectivas culturais: um estudo qualitativo em uma loja exclusiva de móveis. **Rege**, São Paulo, v. 19, n. 1, p. 87-105, 2012.

LAS CASAS, Alexandre L. **Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2006.

LAVERDE, Albenise. **Processo produtivo de esquadrias em madeira de eucalipto na marcenaria coletiva do assentamento rural Pirituba II - Itapeva-SP**. 2007. 283 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Escola de Engenharia de São Carlos, São Carlos, 2007.

LAZZARI, Mariana; RAUPP, Fabiano Maury. Proposta de um plano de negócios para uma fábrica de móveis planejados. **Observatorio de La Economía Latinoamericana**, n. 195, p. 1-35, 2014. Disponível em: <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/14/moveis-planejados.html>>. Acesso em: 24 jan. 2017.

LORENZINI, Giana Carli; ZUCATTO, Luis Carlos; BARCELLOS, Marcia Dutra de. Inovação na indústria moveleira: um estudo comparativo entre três empresas gaúchas. In: SIMPÓSIO DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO, LOGÍSTICA E OPERAÇÕES INTERNACIONAIS, 15., 2012, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Fvg Eaes, 2012. p. 1-16.

LUSTOSA, Leonardo et al. **Planejamento e Controle da Produção**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

MAIELLARO, João Roberto et al. Aplicação de Pesquisa Operacional em uma Empresa do Ramo Moveleiro. In: WORKSHOP DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA DO CENTRO PAULA SOUZA, 10., 2015, São Paulo. **Anais...**

MÁXIMO, Fábio Henrique Dias. **Proposta de diretrizes para projeto de móveis em madeira maciça comercializados na cidade de Manaus**. 2013. 124 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Florestal, Ciências Florestais e Ambientais) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2013.

McCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MIRANDA, G. M. et al. Avaliação de churrascarias sob a percepção dos clientes: determinação de itens do questionário. In: CONGRESSO LUSO-MOÇAMBICAN DE ENGENHARIA, 7., 2014. Inhambane, Moçambique. **Proceedings** ... Moçambique, 2014.

MOLINA, Julio Cesar; CALIL JUNIOR, Carlito. Sistema construtivo em wood frame para casas de madeira. **Semina: Ciências Exatas e Tecnológicas**, Londrina - PR, v. 31, n. 2, p. 143-156, 01 dez. 2010.

MOTTA, Flavia; GARCIA, Renato. Sistemas locais de produção e cadeias produtivas globais - as diversas formas de inserção da indústria de móveis nos mercados e os impactos nas estruturas produtivas locais. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 27., 2007, Foz do Iguaçu. **Anais....** 2007. v. 1, p. 1 - 10.

MULINARI, Marcelle Moraes; MACHADO, Daiani Martins; MIRANDA, João Irineu de Resende. **Análise do faturamento e das exportações da indústria moveleira a partir da lei de inovação**. In: Simpósio de Direito. Ponta Grossa. 2015. 6 p.

Disponível em:

<https://www.google.com.br/search?q=AN%C3%81LISE+DO+FATURAMENTO+E+DAS+EXPORTA%C3%87%C3%95ES+DA+IND%C3%9ASTRIA+MOVELEIRA+A+PARTIR+DA+LEI+DE+INOVA%C3%87%C3%83O&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab&gfe_rd=cr&ei=IYRUWOeLJpGF8QfLxID4DA>. Acesso em: 10 out. 2016.

OLIVEIRA, Bráulio. **Gestão de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

ORCIOULI, Affonso. Marcenaria digital: design e fabricação sustentável. **SIGRADI**, 2012. Disponível

em:<http://papers.cumincad.org/data/works/att/sigradi2012_104.content.pdf>.

Acesso em: 20 set. 2016.

PALUŠ, Hubert; MAŤOVÁ, Hana; KAPUTA, Vladislav. Consumer preferences for joinery products and furniture in Slovakia and Poland. **Acta Facultatis Xylogologiae**, v. 54, n. 2, p. 123-132, jan. 2012.

PEREIRA, A. F. **Madeiras Brasileiras**: Guia de combinação e substituição. São Paulo: Blucher, 2013.

RODRIGUES, Lília Paula Simioni; SILVA, José Carlos Plácido da. Investigações preliminares para o estudo de caso dos manuais de instrução do pólo moveleiro de

Arapongas PR. **Unopar Cient., Ciências Exatas e Tecnológicas**, Londrina, v. 1, n. 2/3, p. 59-63, 01 nov. 2004.

SCHROEDER, Jerusa Betina; RODRIGUES, Diana. Plano de marketing para a empresa indústria e comércio de móveis e estofados Alvorada Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v. 2, n. 2, p.1-20, 2008.

SILVA, Diogo Aparecido Lopes et al. Life cycle assessment of medium density particleboard (MDP) produced in Brazil. **Int J Life Cycle Assess**, São Paulo, v. 18, n. 7, p. 1404-1411, 9 maio 2013.

SILVA, Eliciane Maria da; SANTOS, Fernando César Almada. Análise do alinhamento da estratégia de produção com a estratégia competitiva na indústria moveleira. **Revista Produção**, v. 15, n. 2, p. 286-299, 01 jan. 2005.

SILVA, Kátia Regina; SOUZA, Amaury Paulo de; MINETTI, Luciano José. Avaliação do perfil de trabalhadores e das condições de trabalho em marcenarias no município de Viçosa-MG. **Revista Árvore**, Viçosa-MG, v. 26, n. 6, p.769-775, 2002.

SOUSA, Eliane Pinheiro de; SOARES, Naisy Silva; SILVA, Márcio Lopes da. Desempenho competitivo das empresas de móveis de madeira: o caso do pólo moveleiro de UBÁ – MG. **Revista de Economia e Agronegócio**, v. 8, n. 3, p. 371-395, 2010.

SOUZA, Luciana Silva de. **A indústria moveleira de Boa Vista: estrutura e potencialidade**. Mestrado em Economia. UFRS: Porto Alegre, 2009. 137 p.

TRAMONTANO, Marcelo Claudio; NOJIMOTO, Cynthia. **Design Brasil fim de século: comparação entre compilações nacional e internacional**. São Carlos: Nomads. USP, 2003. Disponível em: <<http://www.eesc.usp.br/nomads/db.htm>>. Acesso em: dia 07 fev. 2017.

TEREZO, Rodrigo Figueiredo; SZÜCS, Carlos Alberto. Análise de desempenho de vigas em madeira laminada colada de parica (*Schizobium Amazonicum* Huber ex. Duck). **Scientia Forestalis**, Piracicaba, v. 38, n. 87, p. 471-480, set. 2010.

TRAVESSINI, Rosana et al. Seleção de ideias na indústria de móveis com o auxílio do método Analytic Hierarchy Process (AHP). **Espacios**, v. 36, n. 9, p. 1-11, 16 mar. 2015.

ZAMONER, Michele Tais Dalle Carbonare. **Estudo sobre a durabilidade do mobiliário da Cimo S.A.:** uma contribuição para o design de móveis contemporâneo. 2016. 131 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016

4 CONCLUSÃO

No trabalho de bibliometria foram encontradas 454 publicações no período de 1978 a 2016, utilizando a base científica Scopus. Com relação às publicações têm-se os seguintes destaques: a área de pesquisa “medicina” (35,2%); o autor EAGLE, A. (5 publicações); os Estados Unidos com maior quantidade de publicações (91); e 2012 com maior número de publicação.

Foi elaborado um questionário estruturado com 31 itens distribuídos nas dimensões “pré-venda”, “na loja”, “matéria-prima”, “móveis”, “entrega e instalação” e “pós-venda”. O questionário foi aplicado de modo aleatório a 50 clientes a fim de identificar quais itens seriam mantidos por meio da aplicação do método Lawshe.

Este trabalho, contendo o questionário de 31 itens sobre a satisfação de clientes de marcenaria distribuídos em seis dimensões, foi avaliado pelo método de Lawshe e pode-se concluir que: - um atendimento personalizado oferece ao consumidor orientação específica sobre o detalhe do projeto; - o acabamento e design de produtos na indústria brasileira de móveis é bastante estratégico para o sucesso das empresas de marcenaria; - as empresas de marcenarias buscam a competitividade oferecendo seus produtos e a forma de entrega, bem como os prazos e formas de pagamento das atividades que envolvem a comercialização de móveis; - a melhoria das embalagens dos produtos possibilita o transporte e a entrega dos móveis em condições adequadas, o que facilita também a montagem do móvel no interior da residência. Somente na dimensão “na loja” apenas três itens foram excluídos (“localização”, “estacionamento” e “sala de espera”), por apresentar $CVR_{calculado} < CVR_{crítico}$ e as porcentagens desses itens variou de 40 a 56% como “não essencial”, segundo a percepção dos clientes de marcenaria.

4.1 ESTUDOS FUTUROS

Os artigos pesquisados na bibliometria poderão ser utilizados como referências em trabalhos sobre a satisfação de clientes em marcenaria. O questionário contendo os itens relacionados à satisfação de clientes em marcenaria poderá ser utilizado em métodos estatísticos para avaliar a satisfação segundo a percepção de clientes, bem como identificar itens críticos que poderão ser melhorados pelos gestores em empresas de marcenarias.

REFERÊNCIAS

ABREU, Luciana Barbosa de. **Pequenos objetos de resíduos de painéis de madeira gerados pela indústria moveleira**. Lavras: UFLA, 2006. 104 p. Apresentada como dissertação de Mestrado em Engenharia Florestal.

ABREU, Luciana Barbosa de, MENDES, Lourival Marin; SILVA, José Reinaldo Moreira da. Aproveitamento de resíduos de painéis de madeira gerados pela indústria moveleira na produção de pequenos objetos. **Revista Árvore**, Viçosa-MG, v. 33, n. 1, p. 171-177, 2009.

AFF, Carla Christianne Magno Lucas; ARAÚJO, Richard Medeiros de. Móveis planejados: um estudo sobre a cadeia de fornecimento no contexto da inovação. **Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração**, v. 5, n. 2, p. 49-62, 2013.

ALLAHYARI, Teimour et al. Development and Evaluation of a New Questionnaire for Rating of Cognitive Failures at Work. **International Journal of Occupational Hygiene**, v. 3, n. 1, p. 6-11, 2011.

ALMEIDA, K.N.S. et al. Mensuração do volume de resíduo gerado em marcenaria no município de Bom Jesus-PI. **Scientia Plena**, v. 8, n. 4, p. 1-4, 2012.

ALVARADO, Rubén Urbizagástegui. A bibliometria no Brasil. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 13, n. 2, p.91-105, 1984.

ALVES, Melissa Silva et al. Validação de itens de questionário para avaliação no nível de satisfação de uma lanchonete, segundo a percepção de clientes, em Campos dos Goytacazes, RJ. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 23., 2016, Bauru. **Anais...** Bauru: Unesp, 2016. p. 1 - 14.

ALVES, Ricardo Ribeiro et al. Certificação Florestal e o Mercado Moveleiro Nacional. **Revista Árvore**, Viçosa-MG, v. 33, n. 3, p. 583-589, 2009.

ARAÚJO, Ricardo de Medeiros de; GALVÃO, Mariana. O comportamento das marcenarias no tocante ao relacionamento com o cliente no contexto inovação. **Revista dos Mestrados Profissionais**, Recife, v. 3, n. 1, p. 163-190, 2014.

ARRUDA, Guilherme. **Indústria brasileira do mobiliário: desafios e evolução**. Curitiba: Alternativa, 1997.

ASSOCIAÇÃO brasileira das indústrias do mobiliário - ABIMÓVEL. **Panorama do setor moveleiro no Brasil: informações gerais** – dez. 2006. Disponível em: <http://www.sebraego.com.br/site/arquivos/downloads/Panorama_do_Setor_Moveleiro_no_Brasil_23758.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2016.

AZEVEDO, Patrícia Silva de; NOLASCO, Adriana Maria. Fatores de incorporação de requisitos ambientais no processo de desenvolvimento de produtos em indústrias de móveis sob encomenda. **Ciência Rural**, v. 39, n. 8, p. 2422-2427, nov. 2009.

AYRE, Colin; SCALLY, Andrew John. Critical values for Lawshe's content validity ratio: Revisiting the original methods of calculation. **Measurement and Evaluation in Counseling and Development**, Londres, Inglaterra, v. 47, n.1, p. 79-86, 2014.

BARBOSA, Paula Andréa. **Como agregar valor ao produto e satisfazer o cliente na prestação de serviço de móveis planejados**. 2013. 157 f. Monografia (Especialização em Gerenciamento de Obras) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

BAXTER, M. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 2. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 1998.

BAZARGANIPOUR, Fatemeh et al. Psychometric properties of the Iranian version of modified polycystic ovary syndrome health-related quality-of-life questionnaire. **Human Reproduction**, v. 27, n. 9, p. 2729-2736, 2012.

BOA, Ana Carolina et al. Análise do Layout de uma Indústria Moveleira Localizada no Polo de Linhares. **Floresta e Ambiente**, Linhares - ES, p. 155-161, 2012.

BOWE, Scott; BUMGARDNER, Matt; MACE, Terry. **Opportunities and challenges for the export of U.S. value-added wood products to China**. Delaware: U.S. Forest Service, 2008. 32 p.

BUMGARDNER, Matthew; NICHOLLS, David; DONOVAN, Geoffrey. Effects of species information and furniture price on consumer preferences for selected woods. **Wood and Fiber Science**, v. 39, n. 1, p. 71-81, 2007.

BUMGARDNER, Matthew; ROMIG, Robert; LUPPOLD, William. Wood use by Ohio's Amish Furniture Cluster. **Journal Forest Products**, v. 57, n. 12, p. 6-12, 2007.

BRANDÃO JUNIOR, Antonio.; LIRA, Waleska Silveira.; GONÇALVES, Geuda Anazile da Costa. A satisfação do cliente como base para a qualidade em serviços: o caso de um supermercado de pequeno porte. **Qualit@s Revista Eletrônica**, Campina Grande, v. 3, n. 1, p. 1-13, 2004.

CAMPOS, Juliana Alvares Duarte Bonini; CARLOTTO, Mary Sandra; MARÔCO, João. Copenhagen Burnout Inventory - student version: adaptation and transcultural validation for Portugal and Brazil. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, Porto Alegre, v. 26, n. 1, p. 87-97, 2013.

CARVALHO, Marly Monteiro de et al (Org.). **Gestão da Qualidade: Teoria e Casos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CARRARO, Isaias Ricardo; MILAN, Gabriel Sperandio. A Redução de Custos a partir da Eliminação da Variabilidade na Qualidade Inerente ao Processo de Instalações Pneumáticas em Implementos Rodoviários. **Sustainable Business – International Journal**, n. 41, p. 1-21, 2014

COSTA, Helder. Modelo para webibliomining: proposta e caso de aplicação. **Rev. FAE**, Curitiba, v.13, n.1, p. 115-126, jan. /jun.2010.

DANTIER, R. M. P. et al. Validação e confiabilidade de questionário sobre transporte urbano coletivo em Campos dos Goytacazes, RJ. In: CONGRESSO LUSO-MOÇAMBICANO DE ENGENHARIA, 7., 2014, Inhambane/Moçambique. **Proceedings ... Moçambique**, 2014.

DENK, Adelino. **Pólos moveleiros: 1** – São Bento do Sul (SC). Curitiba: Alternativa Editorial, 2002.

DING, Yi. **Quality in IS Research: Theory and Validation of Constructs for Service, Information, and System**. 2010. 157 f. Thesis (Doctorate in Computer Information Systems) – Department of Computer Information Systems, Georgia State University, Atlanta, 2010.

DRUM, Charles E.; HORNER-JOHNSON, Willi; WALSH, Emily S. Construction and validai-os of the Outpatient Health Care Usability Profile (OHCUP). **Disability and Health Journal**, v. 5, n. 4, p. 292-297, 2012.

ECKERT, A. et al. Avaliação e satisfação dos serviços prestados por escritório contábil. **Contabilidade e Informação**, Ijuí, v. 13, n. 33, p. 3-13, jul. /dez. 2010.

FALLER, Lisiane Pellini; ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro de. Planejamento por cenários: preparando pequenas empresas do varejo de móveis planejados para um futuro competitivo. **Revista de Administração**, v. 49, n. 1, p. 171-187, 2014.

FALLIS, A. Gestão do Conhecimento: Análise Bibliométrica de Produção Científica no Período de 1990 a 2012. In: INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE (Ed.). **Climate Change 2013 - The Physical Science** BaCambridge: Cambridge University Press, 2013. v. 53. p. 1-30.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERREIRA, A. B. H. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 3. ed. Curitiba: Positivo. 2004.

Federação das Indústrias do Rio de Janeiro - FIRJAN. **Pesquisa diagnóstico da indústria moveleira do estado do Rio de Janeiro 2015**. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=2C908A8F4F4C1F2E014F5037FC7A5908&inline=1>>. Acesso em: 20 fev. 2017.

FGV. **Análise da competitividade da indústria moveleira do estado do Rio de Janeiro**. Fundação Getúlio Vargas. FGV Projetos. 2002

GALINARI, Rangel; TEIXEIRA JUNIOR, Job Rodrigues; MORGADO, Ricardo Rodrigues. **A competitividade da indústria de móveis do Brasil**: situação atual e perspectivas. **BNDES Setorial**, v. 37, p. 227-272, 01 jan. 2012.

GALINARI, Rangel; TEIXEIRA JUNIOR, Job Rodrigues; MORGADO, Ricardo Rodrigues. A competitividade da indústria de móveis do Brasil: situação atual e perspectivas. **BNDES Setorial**, n. 37, p. 227-272, 2013. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3706.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2016.

GANZER, Paula Patricia et al. Inteligência estratégica e internacionalização de empresas: competitividade da indústria moveleira do rio grande do sul no mercado mundial. **Revista Global Manager**, v. 11, n. 2, p. 1-2, jan. 2011.

GARCIA, Lucas Bissoli; RODRIGUES, Felipe Thomes; LEAL, Erika de Andrade Silva. Aspectos da atividade inovadora nas empresas do setor moveleiro de Cariacica (ES). **Retec - Revista de Tecnologias**, Ourinhos, v. 8, n. 2, p. 80-97, 2015.

GODOY, Leoni Pentiado et al. A qualidade na prestação de serviços em uma pizzaria analisando percepção e expectativa. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 29., 2009, Salvador. **Anais ...** Salvador, 2009.

GONÇALVES, Rafael Kim Martinez. **Comportamento de compra de móveis residenciais de alta decoração na Zona da Mata Mineira**. 2013. Dissertação - Mestrado em Administração) - Fundação Pedro Leopoldo, FPL, 2013. Disponível em: <http://www.fpl.edu.br/2013/media/pdfs/mestrado/dissertacoes_2013/dissertacao_rael_kim_martinez_goncalves_2013.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2017.

GONÇALVES, E. M. Serviço de atendimento ao cidadão: modelo organizacional para a melhoria na prestação de serviço público. In: CONGRESO INTERNACIONAL DEL CLAD SOBRE LA REFORMA DEL ESTADO Y LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, 7, 2002, Lisboa. **Anais...** Lisboa: Portugal, 2002. p. 08-11.

GORINI, Ana Paula Fontenelle. Panorama do setor moveleiro no Brasil, com ênfase na competitividade externa a partir do desenvolvimento da cadeia industrial de produtos sólidos de madeira. **BNDS Setorial**, v. 1, n. 1, p. 1-2, jan. 1998.

GORINI, Ana Paula Fontenelle. **A Indústria de móveis no Brasil**. São Paulo: Alternativa Editorial, 2000.

HANSEN, Renato. **Proposta de estruturação das fases iniciais do processo de desenvolvimento de produto para o setor moveleiro de Bento Gonçalves**. 2004. 147 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Engenharia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

HIGACHI, Hermes Yukio; OLIVEIRA, Rafael de Souza; MEINERS, Wilhelm E. M. A. O Desenvolvimento Recente da Competitividade da Indústria de Móveis do Paraná. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, n. 117, p. 53-77, 01 jan. 2009.

INSTITUTO DE ESTUDOS DE MARKETING INDUSTRIAL - IEMI. O consumo de Móveis por habitante. 2017. Disponível em: <<http://www.iemi.com.br/o-consumo-de-moveis-por-habitante/>>. Acesso em: 20 mar. 2017.

JOHNSON, Jeff W. et al. Validation Is Like Motor Oil: Synthetic Is Better. **Industrial and Organizational Psychology**, [s.l.], v. 3, n. 3, p. 305-328, 18 ago. 2010. Cambridge University Press (CUP).

JURAN, Joseph M.; DE FEO, Joseph A. **Juran's quality handbook: the complete guide to performance excellence**. 6. ed. New York: McGraw-Hill, 2010. 1136p.

KIZITO, S. et al. Consumer satisfaction with wooden furniture: an empirical study of household products produced by small and medium scale enterprises in Uganda. **Journal of The Indian Academy of Wood Science**, v. 9, n. 1, p. 1-13, jun. 2012.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998. 725p.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOTLER, Philip; KELLER, K. L. **Administração de Marketing: A Bíblia do Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2006. 776p.

KRÜGER, Jaqueline de Menezes et al. Usabilidade e design de mobiliário para a melhoria em processos industriais. **Tecno-log.**, v. 19, n. 2, p. 42-48, 16 jul. 2015.

KUBALL, Gian Leote.; SCHCLZ, Robson Henrique. Investigação de Falhas Operacionais em uma Produção de Motores Diesel que Impactam Diretamente no Cliente. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, n.1. v. 2. p. 31-46. 2014.

LARENTIS, Fabiano; MILAN, Gabriel Sperandio; TONI, Deonir de. Formação de estratégia como um processo coletivo e múltiplas perspectivas culturais: um estudo qualitativo em uma loja exclusiva de móveis. **Rege**, São Paulo, v. 19, n. 1, p.87-105, 2012.

LAS CASAS, Alexandre L. **Administração de marketing**: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2006.

LAVERDE, Albenise. **Processo produtivo de esquadrias em madeira de eucalipto na marcenaria coletiva do assentamento rural Pirituba II - Itapeva-SP**. 2007. 283 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Escola de Engenharia de São Carlos, São Carlos, 2007.

LAWSHE, C. H. A quantitative approach to content validity. **Personnel Psychology**, Nova Jersey, EUA, v. 28, n. 4, p. 563-575, dez. 1975.

LAZZARI, Mariana; RAUPP, Fabiano Maury. Proposta de um plano de negócios para uma fábrica de móveis planejados. **Observatorio de La Economía Latinoamericana**, n. 195, p.1-35, 2014. Disponível em: <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/14/moveis-planejados.html>>. Acesso em: 24 jan. 2017.

LEÃO, Maurício de Souza; NAVEIRO, Ricardo Manfredi. Móveis: Fatores de competitividade da indústria de móveis de madeira do Brasil. **Revista da Madeira**, n. 119, 2009. Disponível em: <http://www.remade.com.br/br/revistadamadeira_materia.php?num=1375&subject=M%EF%BF%BDveis&title=Fatores%20de%20competitividade%20da%20ind%EF%BF%BDstria%20de%20m%EF%BF%BDveis%20de%20madeira%20do%20Brasil>. Acesso em: 20 mar. de 2017.

LEE, An Sheng. A study using fuzzy linguistics on the correlation between function of wood furniture product design and taiwan consumer satisfaction. **Актуальні Проблеми Економіки**, v. 153, n. 3, p. 525-534, 2014.

LORENZINI, Giana Carli; ZUCATTO, Luis Carlos; BARCELLOS, Marcia Dutra de. Inovação na indústria moveleira: um estudo comparativo entre três empresas gaúchas. In: SIMPÓSIO DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO, LOGÍSTICA E

OPERAÇÕES INTERNACIONAIS, 15., 2012, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Fvg Eaes, 2012. p. 1-16.

LUSTOSA, Leonardo et al. **Planejamento e Controle da Produção**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

MAIELLARO, João Roberto et al. Aplicação de Pesquisa Operacional em uma Empresa do Ramo Moveleiro. In: WORKSHOP DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA DO CENTRO PAULA SOUZA, 10., 2015, São Paulo. **Anais...**

MATSUKUMA, Cláudia Maria de Oliveira; HERNANDEZ, José Mauro da Costa. Escalas e métodos de análise em pesquisa de satisfação de clientes. **Revista de Negócios**, Blumenau, SC, v. 12, n. 2, p. 85-103, abr/jun. 2007.

MÁXIMO, Fábio Henrique Dias. **Proposta de diretrizes para projeto de móveis em madeira maciça comercializados na cidade de Manaus**. 2013. 124 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Florestal, Ciências Florestais e Ambientais) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2013.

McCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MIRANDA, G. M. et al. Avaliação de churrascarias sob a percepção dos clientes: determinação de itens do questionário. In: CONGRESSO LUSO-MOÇAMBICAN DE ENGENHARIA, 7., 2014. Inhambane, Moçambique. **Proceedings ...** Moçambique, 2014.

MOLINA, Julio Cesar; CALIL JUNIOR, Carlito. Sistema construtivo em wood frame para casas de madeira. **Semina: Ciências Exatas e Tecnológicas**, Londrina, PR, v. 31, n. 2, p. 143-156, 01 dez. 2010.

MORAES, Márcia Azanha Ferraz Dias. **Estudo da competitividade de cadeias integradas no Brasil: impactos das zonas de livre comércio**. Campinas: UNICAMP-IE-NEIT, 2002. 212 p.

MORIKAWA, Márcia. **Estilo de móveis. Breve história dos móveis**. Disponível em: <https://www.akzonobel.com/wood/br/news/index/artigos/estilo_de_moveis.aspx>. Acesso em: 06 mar. 2017.

MOTTA, Flavia; GARCIA, Renato. Sistemas locais de produção e cadeias produtivas globais - as diversas formas de inserção da indústria de móveis nos mercados e os impactos nas estruturas produtivas locais. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 27., 2007, Foz do Iguaçu. **Anais...** 2007. v. 1, p. 1 - 10.

MULINARI, Marcelle Moraes; MACHADO, Daiani Martins; MIRANDA, João Irineu de Resende. Análise do faturamento e das exportações da indústria moveleira a partir da lei de inovação. In: SIMPÓSIO DE DIREITO, 2015, Ponta Grossa. 2015. 6 p.

Disponível em:

<https://www.google.com.br/search?q=AN%C3%81LISE+DO+FATURAMENTO+E+DAS+EXPORTA%C3%87%C3%95ES+DA+IND%C3%9ASTRIA+MOVELEIRA+A+PARTIR+DA+LEI+DE+INOVA%C3%87%C3%83O&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab&gfe_rd=cr&ei=IYRUWOeLJpGF8QfLxID4DA>. Acesso em: 10 out. 2016.

OLIVEIRA, Braulio. **Gestão de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012

ORCIOULI, Affonso. Marcenaria digital: design e fabricação sustentável. **SIGRADI**, 2012. Disponível em:

<http://papers.cumincad.org/data/works/att/sigradi2012_104.content.pdf>. Acesso em: 20 set. 2016.

PALUŠ, Hubert; MAŤOVÁ, Hana; KAPUTA, Vladislav. Consumer preferences for joinery products and furniture in Slovakia and Poland. **Acta Facultatis Xylogologiae**, v. 54, n. 2, p. 123-132, jan. 2012.

PATTERSON, Paul G.; JOHNSON, Lester W.; SPRENG, Richard. A Modeling the determinants of customer satisfaction for business-to-business professional services. **Journal of the Academy of Marketing Science**, Estados Unidos da América, v. 25, n. 1, p. 4-17, 1997.

PEREIRA, A. F. **Madeiras Brasileiras**: Guia de combinação e substituição. São Paulo: Blucher, 2013.

PRADO, M. **leme: mais de R\$60 bilhões serão consumidos em 2015**. In: XXV Congresso MOVEGRS. Disponível em: <<http://www.emobile.com.br/site/varejo/iemi-consumo-moveis-em-2015/>>. Acesso em: 22 fev. 2016.

REEVE, Bryce B. et al. The first step to integrating the child's voice in adverse event reporting in oncology trials: A content validation study among pediatric oncology clinicians. **Pediatric Blood and Cancer**, Malden, EUA, v. 60, n.7, p. 1231-1236, 2013.

RODRIGUES, Lília Paula Simioni; SILVA, José Carlos Plácido da. Investigações preliminares para o estudo de caso dos manuais de instrução do pólo moveleiro de Araçongas PR. **Unopar Cient., Ciências Exatas e Tecnológicas**, Londrina, v. 1, n. 2/3, p. 59-63, 01 nov. 2004.

SCHROEDER, Jerusa Betina; RODRIGUES, Diana. Plano de marketing para a empresa indústria e comércio de móveis e estofados Alvorada Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v. 2, n. 2, p. 1-20, 2008.

SILVA, Diogo Aparecido Lopes et al. Life cycle assessment of medium density particleboard (MDP) produced in Brazil. **Int J Life Cycle Assess**, São Paulo, v. 18, n. 7, p. 1404-1411, 9 maio 2013.

SILVA, Eliciane Maria da; SANTOS, Fernando César Almada. Análise do alinhamento da estratégia de produção com a estratégia competitiva na indústria moveleira. **Revista Produção**, v. 15, n. 2, p. 286-299, 01 jan. 2005.

SILVA, Kátia Regina; SOUZA, Amaury Paulo de; MINETTI, Luciano José. Avaliação do perfil de trabalhadores e das condições de trabalho em marcenarias no município de Viçosa-MG. **Revista Árvore**, Viçosa-MG, v. 26, n. 6, p.769-775, 2002.

SOUZA, Eliane Pinheiro de; SOARES, Naisy Silva; SILVA, Márcio Lopes da. Desempenho competitivo das empresas de móveis de madeira: o caso do pólo moveleiro de UBÁ - MG. **Revista de Economia e Agronegócio**, v. 8, n. 3, p. 371-395, 2010.

SOUZA, Juan P. de et al. Avaliação de pizzarias sob a percepção dos clientes: determinação da validade de itens do questionário. **Perspectivas online: Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**, Campos dos Goytacazes, v. 13, n. 5, p. 49-61, 2015.

SOUZA, Luciana Silva de. **A indústria moveleira de Boa Vista: estrutura e potencialidade**. UFRS: Porto Alegre, 2009. 137 p. Apresentada como dissertação de Mestrado em Economia.

TRAMONTANO, Marcelo Claudio; NOJIMOTO, Cynthia. **Design Brasil fim de século: comparação entre compilações nacional e internacional**. São Carlos: Nomads. USP, 2003. Disponível em: <<http://www.eesc.usp.br/nomads/db.htm>>. Acesso em: dia 07 fev. 2017.

TEREZO, Rodrigo Figueiredo; SZÜCS, Carlos Alberto. Análise de desempenho de vigas em madeira laminada colada de parica (*Schizobium Amazonicum* Huber ex. Duck). **Scientia Forestalis**, Piracicaba, v. 38, n. 87, p. 471-480, set. 2010.

TRAVESSINI, Rosana et al. Seleção de ideias na indústria de móveis com o auxílio do método Analytic Hierarchy Process (AHP). **Espacios**, v. 36, n. 9, p. 1-11, 16 mar. 2015.

TSANG, Kenneth; MANLEY, Bruce; MAPLESDEN, Frances. New product acceptance in China's industrial wood products market. **New Zealand Journal of Forestry**, v. 50, n. 4, p. 24-30, 2006.

WILSON, F. Robert; PAN, Wei; SCHUMSKY, Donald A. Recalculation of the critical values for Lawshe's content validity ratio. **Measurement and Evaluation in Counseling and Development**, Londres, Inglaterra, v. 45, n. 3, p. 197-210, 2012.

ZAMONER, Michele Tais Dalle Carbonare. **Estudo sobre a durabilidade do mobiliário da Cimo S.A.:** uma contribuição para o design de móveis contemporâneo. 2016. 131 f. Dissertação (Mestrado Curso em Design) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

APÊNDICE



UNIVERSIDADE
CANDIDO MENDES

INSTITUTO UNIVERSITÁRIO CANDIDO MENDES-CAMPOS

Questionário n°:

Data:

Avalie se os itens apresentados a seguir são essenciais ou não essenciais para a satisfação de clientes de uma marcenaria.

DIMENSÃO / ITENS	(1) não essencial	(2) essencial	(NS) não sei
1. PRÉ-VENDA			
1.1. Disponibilidade (agendamento - datas e horários) para visita	(1)	(2)	(N)
1.2. Pontualidade da visita	(1)	(2)	(N)
1.3. Cordialidade e apresentação pessoal na visita	(1)	(2)	(N)
1.4. Utilização de equipamentos para medição	(1)	(2)	(N)
1.5. Apresentação de opções, ideias e confecção de croqui na visita	(1)	(2)	(N)
1.6. Tempo para entrega do orçamento e detalhamento do mesmo	(1)	(2)	(N)
1.7. Marketing	(1)	(2)	(N)
2. NA LOJA			
2.1. Localização	(1)	(2)	(N)
2.2. Catálogo de móveis	(1)	(2)	(N)
2.3. Estacionamento	(1)	(2)	(N)
2.4. Atendimento	(1)	(2)	(N)
2.5. Sala de espera	(1)	(2)	(N)
2.6. Showroom	(1)	(2)	(N)
2.7. Escritório	(1)	(2)	(N)
2.8. Banheiros	(1)	(2)	(N)
3. MATÉRIA-PRIMA			
3.1. Variedade de Madeira de lei (mogno, cedro, etc)	(1)	(2)	(N)
3.2. Variedade de Madeira de reflorestamento (eucalipto, pinus, etc)	(1)	(2)	(N)
3.3. Variedade de Painéis (compensado, MDF, etc)	(1)	(2)	(N)
4. MÓVEIS			
4.1. Acabamento	(1)	(2)	(N)
4.2. Design	(1)	(2)	(N)
4.3. Ergonomia	(1)	(2)	(N)
4.4. Preço	(1)	(2)	(N)
4.5. Forma de pagamento (à vista, parcelado)	(1)	(2)	(N)
5. ENTREGA E INSTALAÇÃO			
5.1. Prazo de entrega dos móveis	(1)	(2)	(N)
5.2. Disponibilidade (datas e horários) para entrega	(1)	(2)	(N)
5.3. Pontualidade da entrega	(1)	(2)	(N)
5.4. Acondicionamento do móvel no veículo de transporte	(1)	(2)	(N)
5.5. Cuidado no transporte do móvel no interior da residência	(1)	(2)	(N)
5.6. Cuidado na montagem	(1)	(2)	(N)
5.7. Limpeza do ambiente pós-montagem	(1)	(2)	(N)
6. PÓS-VENDA			
6.1. Atendimento pós-venda	(1)	(2)	(N)