

FUNDAÇÃO CENTRO DE ANÁLISE, PESQUISA E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA
NÚCLEO DE DESIGN

PESQUISA DE MERCADO
PROJETO FLORESTA VIVA

Manaus – Amazonas

2006

SUMÁRIO

1.	Introdução	03
2.	Considerações Iniciais	04
3.	Pesquisa de Demanda Potencial	06
4.	Estudo da Oferta	16
5.	Tendências	28
6.	Observações Finais	33
7.	Fontes	33
8.	Anexos	34

1. Introdução

A FUCAPI é parceira do Projeto Floresta Viva, sob Coordenação da Agência de Florestas do Estado do Amazonas e do GRET – Groupe de Recherche et D'Échanges Technologiques. O projeto tem como objetivo fundamental a promoção do manejo florestal sustentável com enfoque na produção e comercialização de madeira do Amazonas.

Para que tal meta obtenha êxito, considerou-se a necessidade de compreender o atual estado do mercado e a partir da compreensão das dinâmicas que envolvem esse segmento, desenvolver produtos que permitam à madeira manejada penetrar no mercado de maneira mais eficiente.

Sob o ponto de vista de que o mobiliário é um dos fins mais nobres para a madeira, uma vez que tal segmento traz a possibilidade de maior agregação do valor para a matéria-prima, investiu-se na identificação das variáveis que condicionam os bons resultados mercadológicos dos móveis, tais como o perfil e as preferências do consumidor.

A Fucapi acredita que o Design não está relacionado apenas à beleza dos produtos e sim, a um trabalho técnico que melhora a funcionalidade e os custos de produção e que pode ser o diferencial na consolidação dessa cadeia produtiva.

Dessa forma, espera-se que os resultados deste trabalho possam contribuir para o entendimento do setor e subsidiar a elaboração de estratégias de atuação mais adequadas à realidade local.

2. Considerações iniciais

2.1. Variáveis que influenciam no entendimento do Mercado



Fig. 01- Esquema Gráfico- Mercado

2.1.1. Demanda: é o desejo ou necessidade apoiados pela capacidade e intenção de compra. A demanda influencia a oferta, determinando o movimento, as decisões e estratégias a serem adotadas.

No desenvolvimento de novos produtos, é necessário identificar as características procuradas pelo consumidor, mensurando os hábitos de compra, segmentos do mercado a serem trabalhados, e os desejos e necessidades do público-alvo, pois é esse tipo de informação, dentre outras variáveis, que definem a formatação dos produtos e indica quanto se comprará da oferta da empresa. Isto é, quem e quantos são os consumidores que irão adquirir o novo produto ou serviço.

2.1.2. Oferta : pode ser entendida como sendo a quantidade de um bem ou serviço produzido e oferecido no mercado, por um determinado preço em um dado período. Volume de bens e serviços colocados assim a disposição da demanda.

O Estudo qualitativo da oferta deve também fornecer informações sobre o funcionamento das lojas e suas relações com o consumidor, os produtos oferecidos e variáveis que influenciam os resultados mercadológicos das empresas.

2.1.3. Tendências: informações, análises e percepções do Estado da Arte da Indústria Moveleira e comportamento do mercado consumidor, para sinalizar as variáveis que definirão os novos produtos, a partir da observação do comportamento da sociedade e projeção de futuros rumos de materiais e técnicas.

A análise das tendências subsidia o desenvolvimento de novos produtos, garantindo sua atualidade e melhor atendimento às expectativas do consumidor.

2.2. Metodologias para identificação e compreensão das variáveis

2.2.1. Estudo da Oferta

2.2.1.1. Visitas

Série de visitas *in loco*, realizadas durante os meses de maio e junho de 2006, para identificação dos atores do segmento, conhecimento do objeto de estudo tal qual é comercializado hoje e desenvolvimento de pesquisa amostral não probabilística, visando o diagnóstico do setor. O foco é o Comércio Varejista do mobiliário residencial presente no perímetro urbano da cidade de Manaus, totalizando 40 empreendimentos.

Também durante a pesquisa, foram visitadas as empresas ofertantes, com objetivo de aproximar os profissionais de criação (designers de produto) dos empresários do setor, para envolvê-los na dinâmica do projeto.

2.2.1.2. Análise de Produtos

Realizada como parte das visitas aos empreendimentos que comercializam móveis de madeira maciça local. A análise permite compreender as características dos móveis presentes maciçamente no mercado, identificando pontos fracos e fortes que deverão ser aproveitados ou corrigidos no desenvolvimento de novos produtos.

2.2.1.3. Questionário

Elaborado para fornecer indicadores que permitam a caracterização do setor que comercializa móveis e identificar as semelhanças e diferenciais competitivos que existam entre os diversos empreendimentos do segmento, estruturado conforme Anexo 01.

2.2.2. Pesquisa de Demanda em Potencial

Características da pesquisa:

- Duração: maio e junho de 2006.
- Tipo de pesquisa: amostral probabilística pro rata por bairro;
- Erro amostral $\pm 5\%$ / Nível de confiabilidade 95,5% (Anexo 02) ;
- Tamanho da população: 326.852 domicílios permanentes (censo ibge-2000) ;
- Total de entrevistas: 400;
- População objetivo: núcleos familiares nos domicílios permanentes;
- Local da pesquisa: perímetro urbano da cidade de Manaus.
- Plano Amostral : Anexo 03.

2.2.2.1. Classificação SocioEconômica – Critério Abipeme

Essa metodologia foi adotada para segmentar o mercado consumidor global de Manaus. Foi desenvolvida pela Associação Brasileira de Institutos de Pesquisa de Mercado com finalidade de dividir a população em categorias segundo padrões ou potenciais de

consumo, criando uma escala ou classificação socioeconômica por intermédio da atribuição de pesos a um conjunto de itens de conforto doméstico, além do nível de escolaridade do chefe de família.

A classificação socioeconômica da população é apresentada por meio de cinco classes, denominadas A, B, C, D e E correspondendo, respectivamente, a uma pontuação determinada.

Alguns dos itens de conforto no lar (aparelho de videocassete, máquina de lavar roupa, geladeira com ou sem freezer acoplado e aspirador de pó) recebem uma pontuação independentemente da quantidade possuída; outros (automóvel, TV em cores, banheiro, empregada mensalista e rádio) recebem pontuações crescentes dependendo do número de unidades possuídas. Da mesma forma, a instrução do chefe da família recebe uma pontuação segundo o grau de escolaridade. Os valores de pontuação estão descritos no Anexo 04.

2.2.2.2. Questionário – Demanda Potencial para Mobiliário em Madeira Regional

Elaborado para fornecer indicadores que permitam a identificação do segmento do mercado a ser trabalho, tanto como suas características e comportamento relativo ao consumo do produto. Traz, também, indicadores do desejo do consumidor, que subsidiarão as escolhas projetuais a serem efetuadas posteriormente. O detalhamento das perguntas segue no Anexo 05.

2.2.3. Tendências

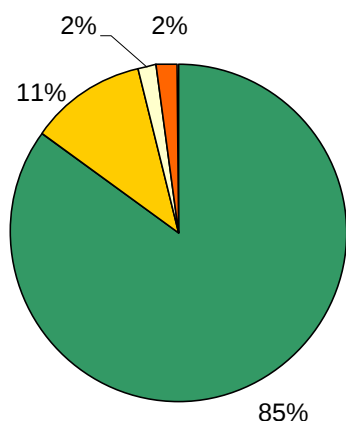
A metodologia fundamental é pesquisa em fontes de referências como revistas, sites especializados, livros e catálogos de tendências (notadamente os editados pelo SENAI - referência nacional). Após a coleta de dados é feita uma análise de quais tendências são viáveis no contexto do Estado do Amazonas e Estado da Arte da Indústria Moveleira local, tornando as informações aplicáveis.

3. Pesquisa de Demanda em Potencial

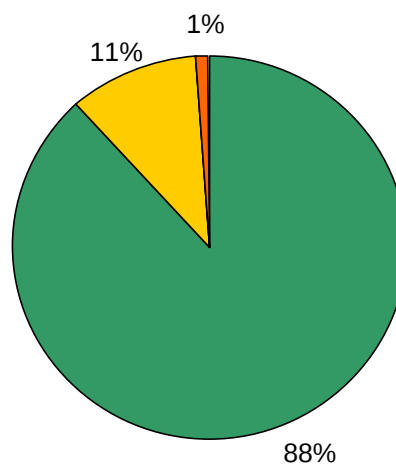
Foram realizadas 404 entrevistas, sendo a população objetivo: núcleos familiares nos domicílios permanentes – classes A, B, C e D. A pesquisa foi focada para obter informações principalmente sobre o Perfil do Consumidor e Características do Produto desejado.

Em relação à formatação dos domicílios, a maioria destes, das classes B e C, é formada por apenas uma família, demonstrando potencial para o consumo de móveis de uso comum únicos (exemplo: apenas uma mesa de jantar por residência).

Famílias que moram na residência



Classe B

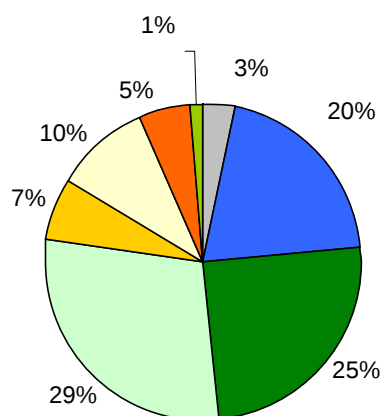


Classe C

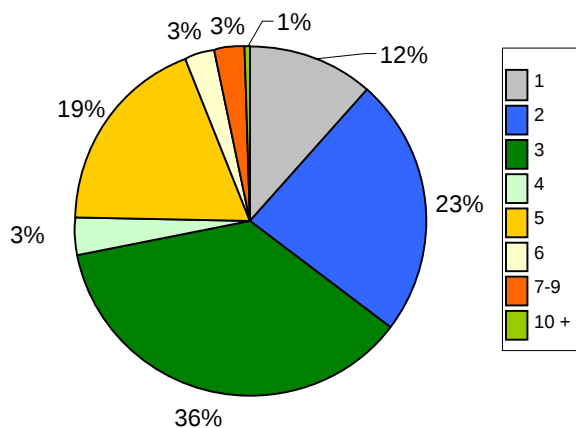
FONTE: Pesquisa de Campo – FUCAPI/Floresta Viva

Na maioria dos domicílios das classes B e C moram de 2 a 4 pessoas, demonstrando o potencial quantitativo de consumo de moveis individuais (exemplo: cama) por residência.

Número de pessoas que mora na residência



Classe B

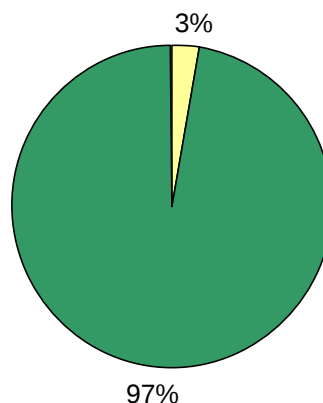
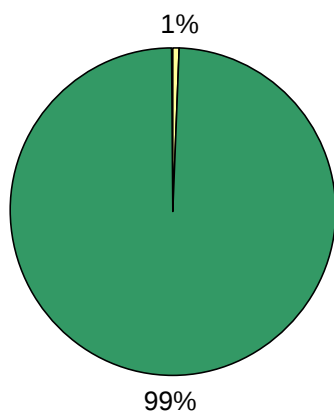


Classe C

FONTE: Pesquisa de Campo – FUCAPI/Floresta Viva

De maneira geral o hábito de uso de redes para dormir, está em desuso, pois a esmagadora maioria dos domicílios das classes B e C dorme em camas.

O que usam para dormir



REDE
CAMA

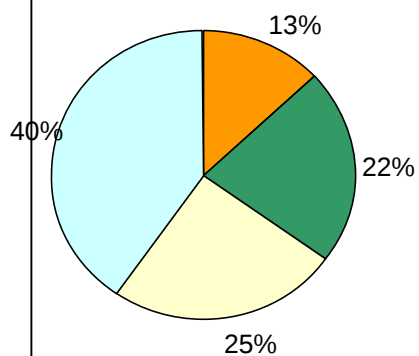
Classe B

Classe C

FONTE: Pesquisa de Campo – FUCAPI/Floresta Viva

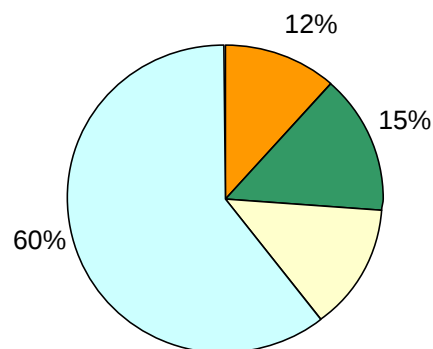
Nas classes B e C a maioria das pessoas não pretendem comprar nenhum móvel no momento. Na classe B verificamos alguma intenção de compra, porém sem previsão. Tal informação reflete o poder de compra da classe, que somente manifesta intenção de compra no caso de extrema necessidade.

Necessidade de compra



Sim - comprar em breve
Sim - comprar futuramente
Sim - não sabe quando comprará
Não pretende comprar

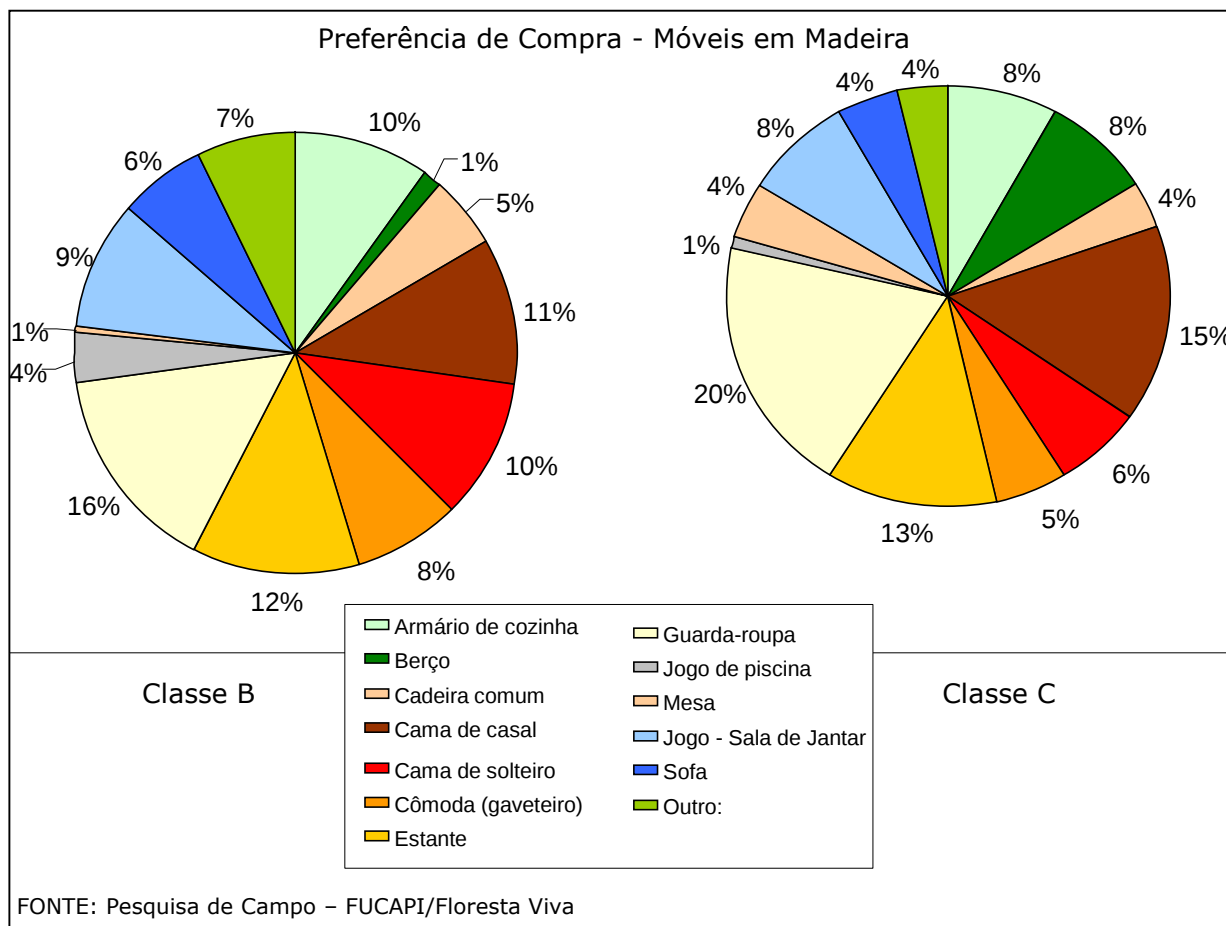
Classe B



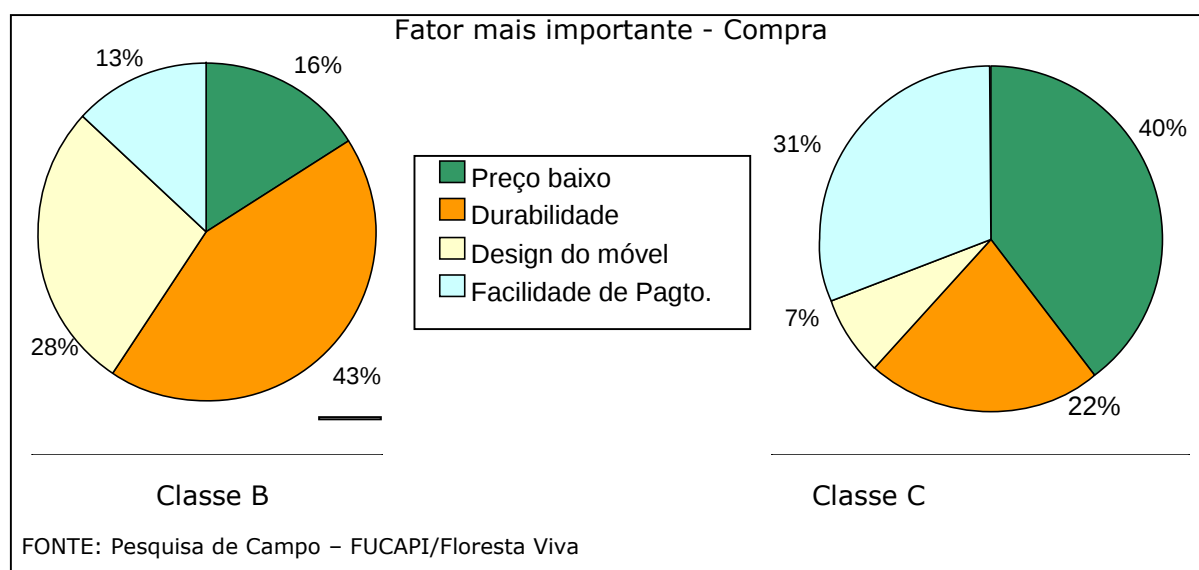
Classe C

FONTE: Pesquisa de Campo – FUCAPI/Floresta Viva

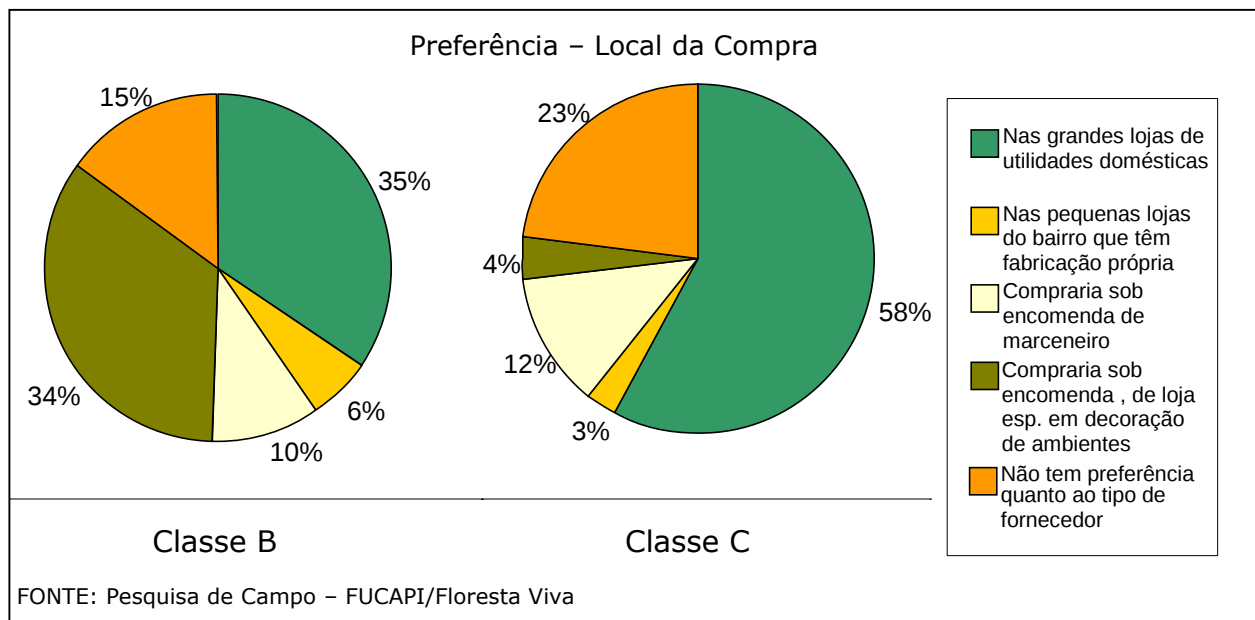
A maior necessidade declarada de compra, nas classes B e C: guarda-roupa, estante, cama de casal; definindo os moveis a serem produzidos para se obter uma melhor venda.



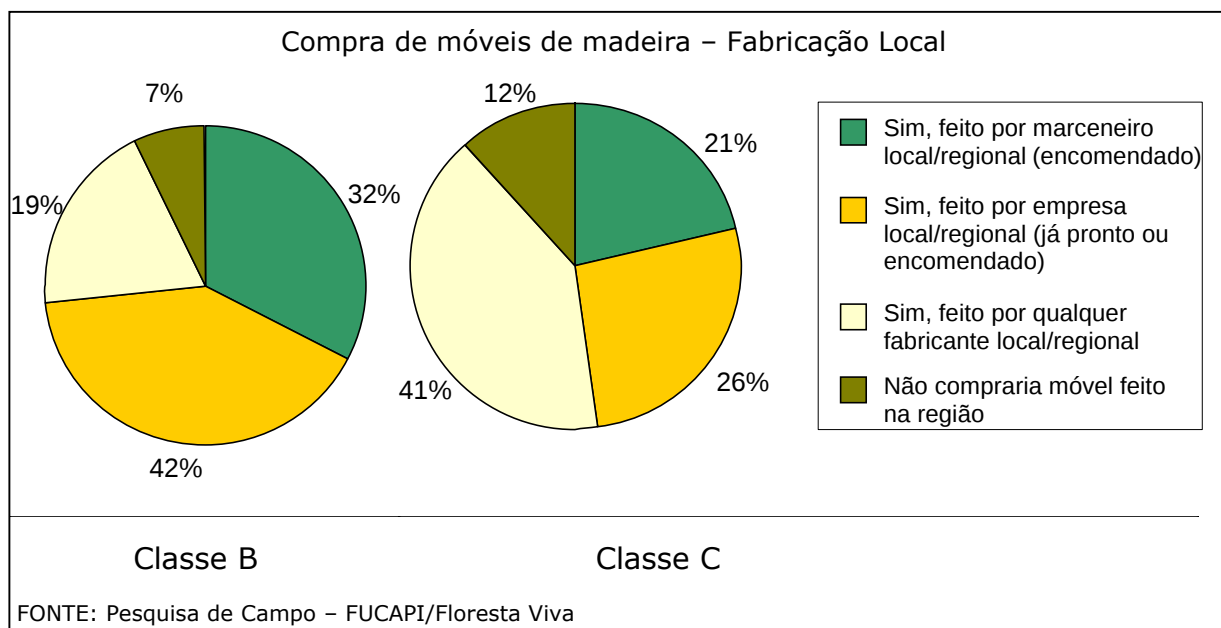
O fator mais importante na hora de comprar um móvel, de acordo com a classe B é durabilidade e a estética do móvel, demonstrando ser um público que se preocupa com a qualidade do produto, na tentativa de diminuir o número de trocas e perdas; já na classe C, por ter um poder aquisitivo menor, o fator que mais influencia a compra é o preço baixo e a facilidade de pagamento, não sendo a qualidade uma variável que interfira decisivamente na escolha do produto.



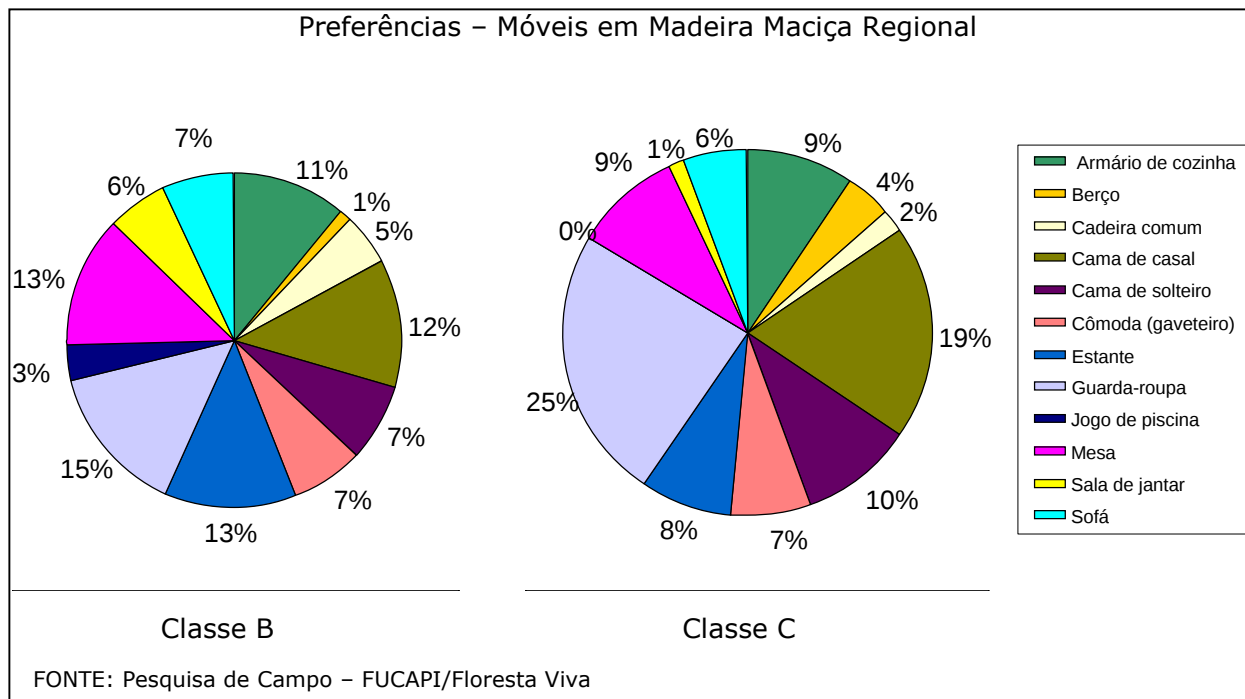
A classe B, notadamente a parcela de maior poder aquisitivo encomenda moveis modulados ou recorre a grandes lojas. A classe C compra majoritariamente em grandes lojas. Ambas as classes recorrem a tal recurso pela facilidade de pagamento.



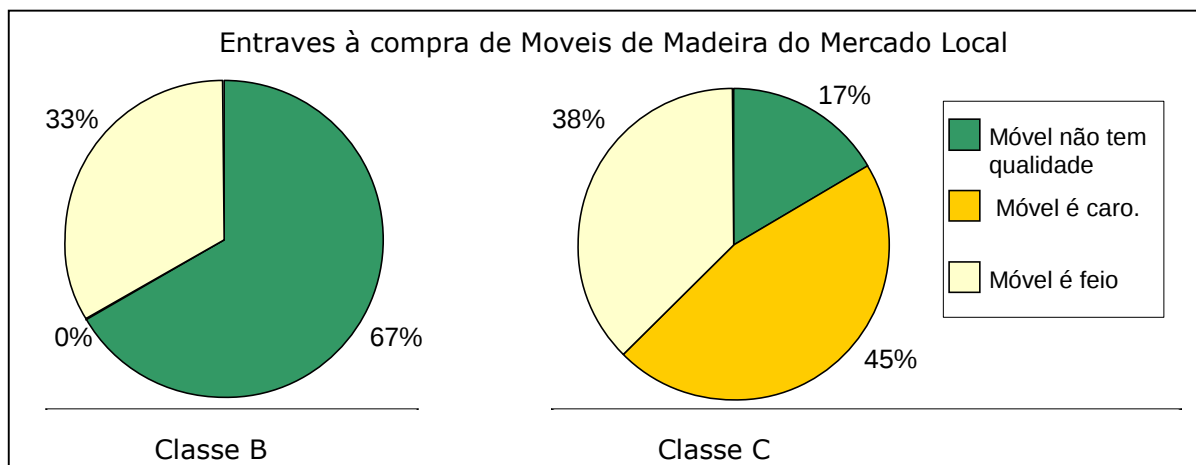
A classe B prefere encomendar ou comprar de empresas ao invés de contratar marceneiros e a classe C não tem preferência em relação a o fabricante, por não estar preocupada com a qualidade ou procedência do móvel.



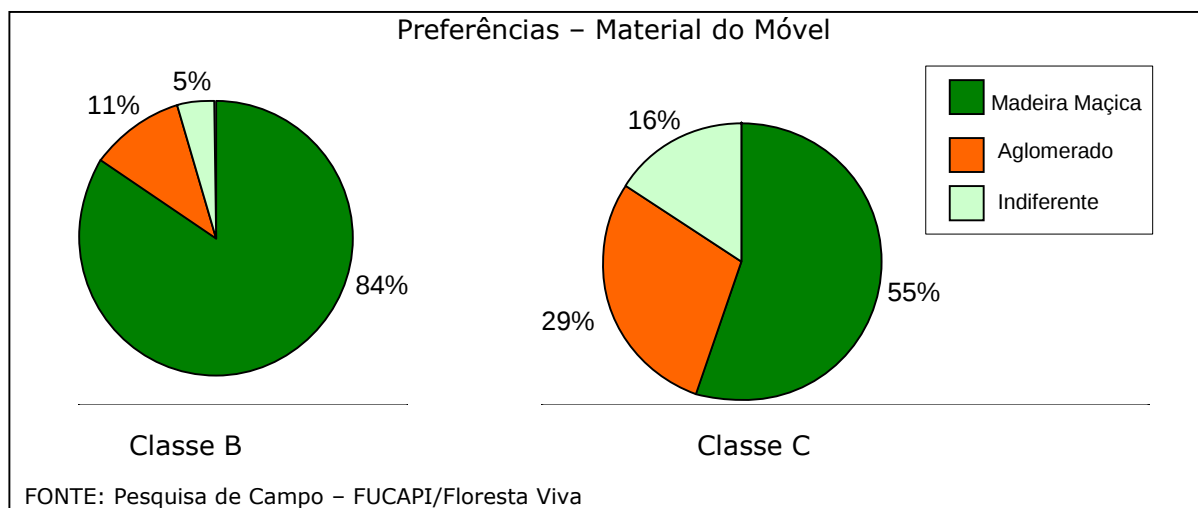
Embora a maior necessidade declarada seja cama, constatou-se que a maior intenção de compra de mobiliário em madeira maciça é guarda-roupa.



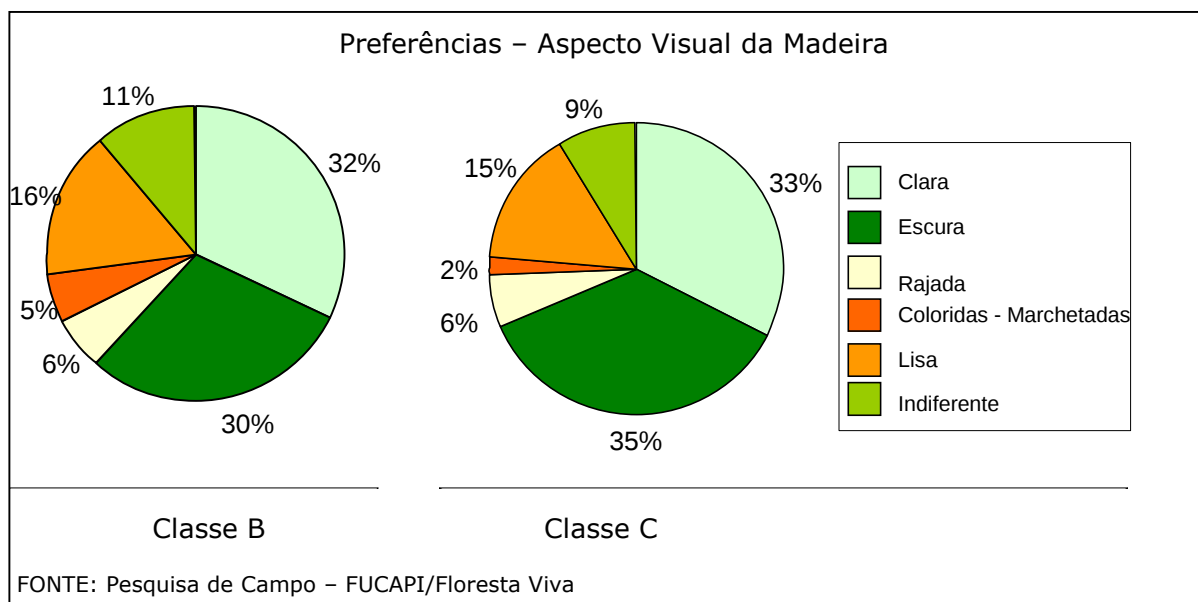
A classe B considera que os móveis do mercado local/regional em madeira maciça tem qualidade inferior aos móveis da concorrência, a classe C considera o preço desses móveis caro por não poder parcelar o pagamento.



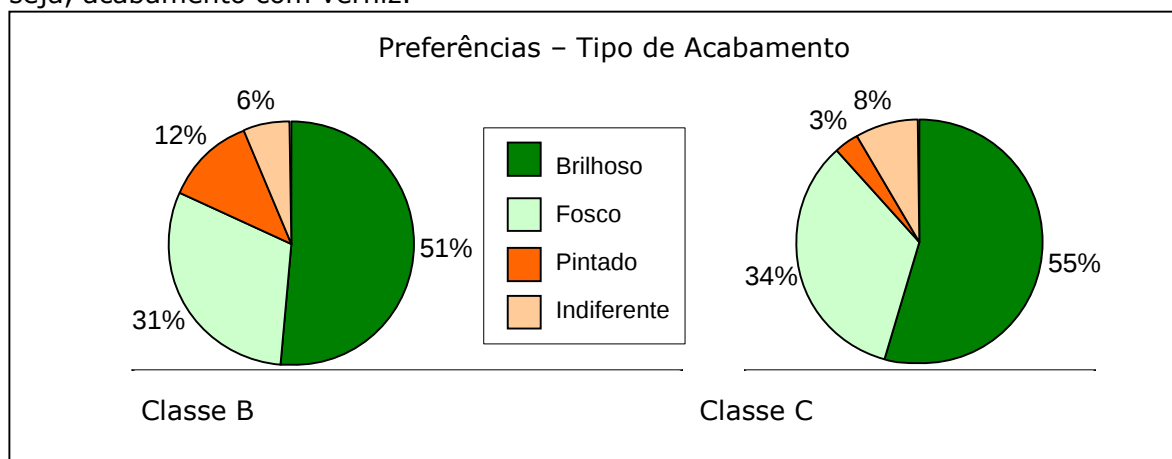
Em relação às preferências do consumidor, todas as classes manifestaram desejo de possuir mobiliário em madeira maciça. Essa intenção só se concretizará, entretanto, se as questões acima citadas forem observadas.



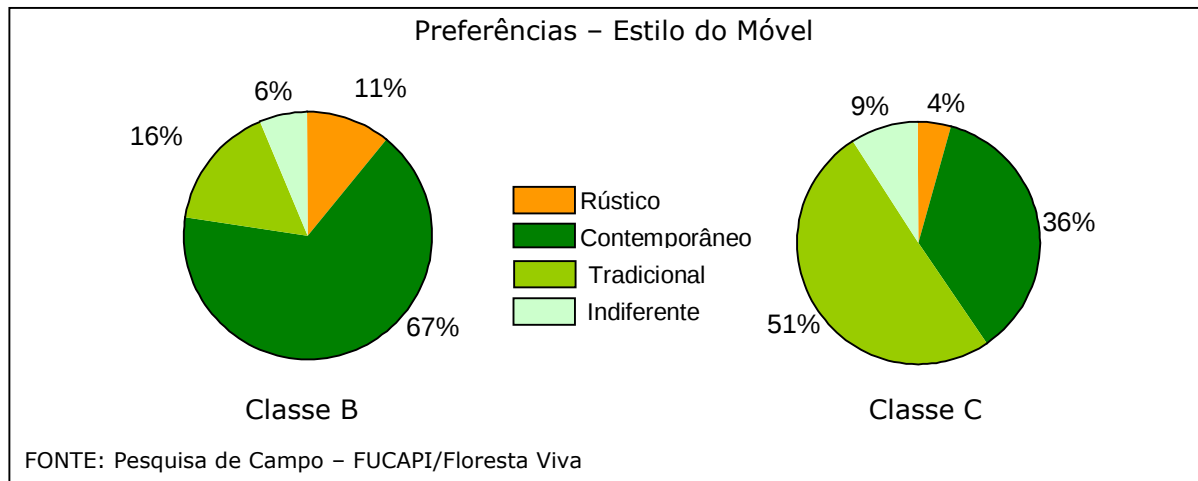
Sobre o aspecto visual da madeira, as respostas equiparadas demonstram uma diversidade de espécies de madeira com potencial para o mercado.



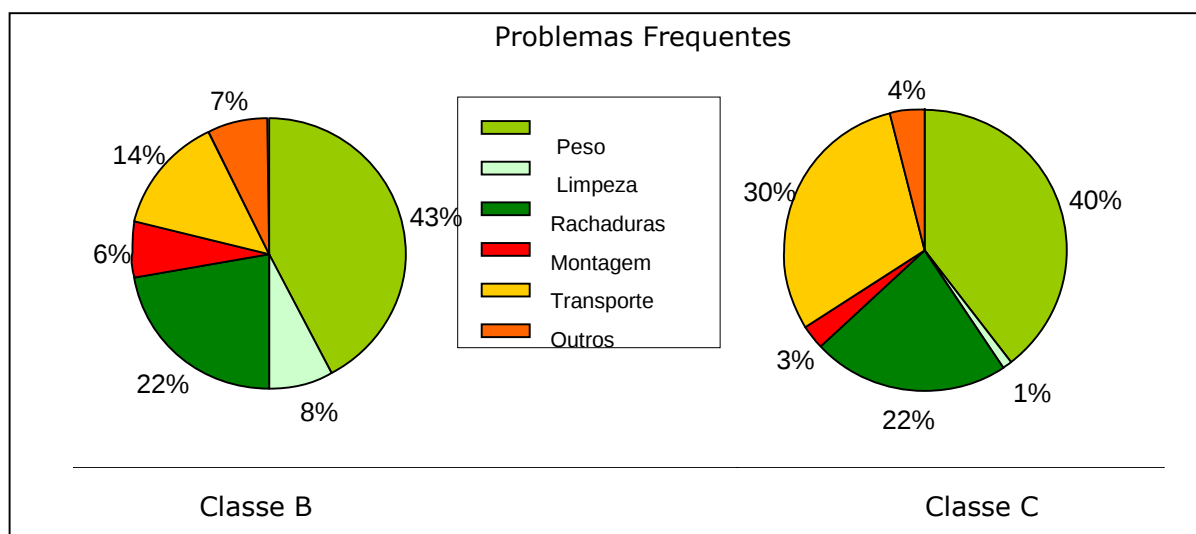
Sobre acabamentos, nas classes B e C predomina o desejo por móveis com brilho, ou seja, acabamento com verniz.



Ainda sobre as preferências, a classe B, mais preocupada com a qualidade e estética do móvel, prefere os moveis em estilo contemporâneo, já a classe C, com o poder aquisitivo menor, prefere os móveis tradicionais, embora haja um percentual representativo em relação aos móveis contemporâneos.

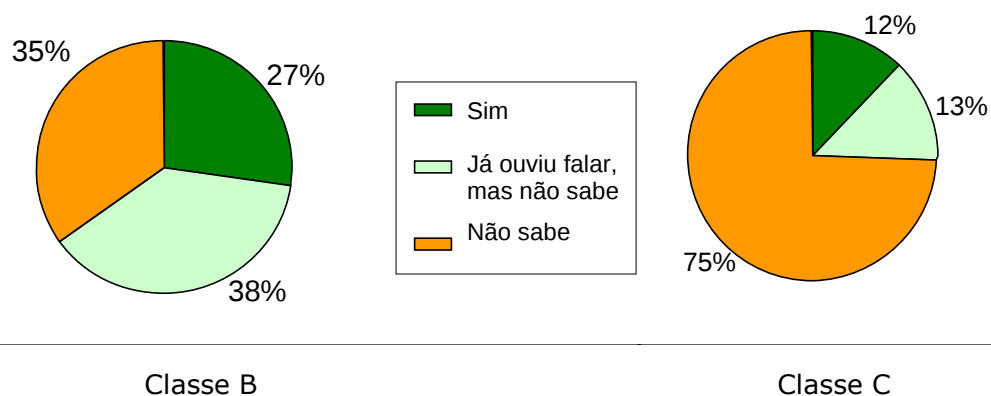


Embora a consumidor declare que prefere móveis de madeira maciça, também percebe problemas característicos, tais como:



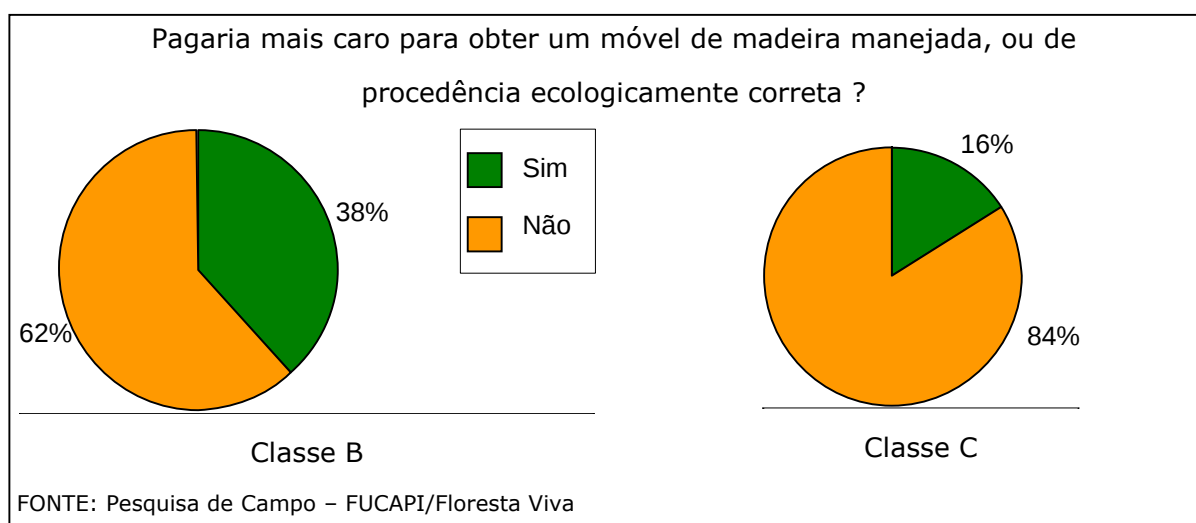
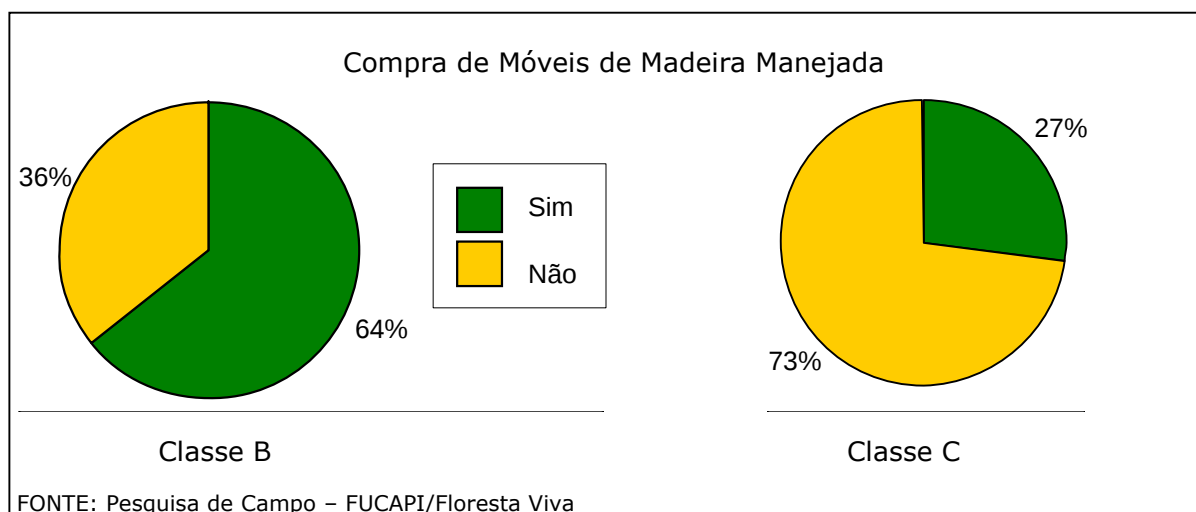
Para ter subsídios para as estratégias de marketing, questionou-se sobre o conhecimento do consumidor a respeito do produto. Apenas 27% da classe B sabe o que é madeira manejada e o percentual diminui para 12% na classe C.

Conhecimento sobre Madeira Manejada



FONTE: Pesquisa de Campo – FUCAPI/Floresta Viva

A classe B, embora não conheça o termo, compraria móveis produzidos na região, feitos a partir de madeira manejada, já a classe C demonstra resistência em adquirir este tipo de produto, possivelmente por associar o termo a refugos de madeira.



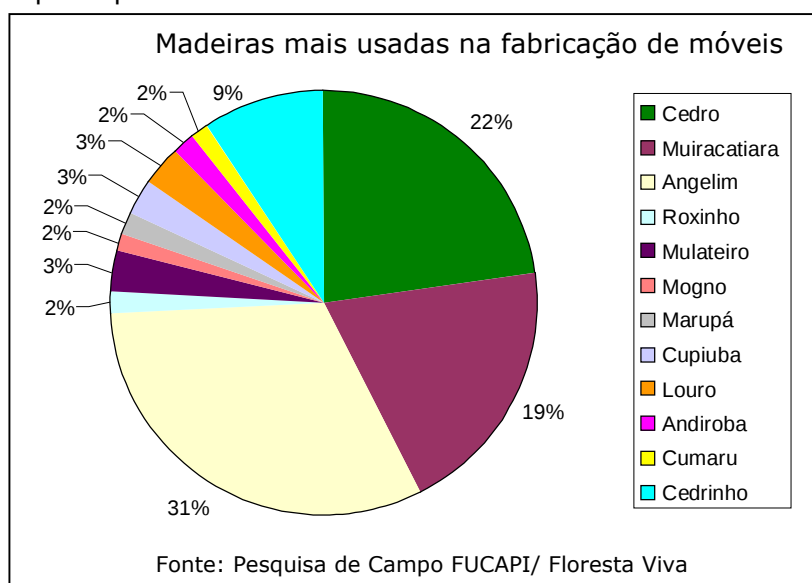
4. Estudo de Oferta.

4.1. Visitas – Percepções Gerais

Durante esse processo foram realizadas 40 entrevistas nas lojas do comércio varejista de móveis, localizadas em Manaus, sendo 30 no pequeno comércio varejista de mobiliário regional e 10 em grandes lojas.

Com maior ênfase no pequeno comércio, durante as visitas alguns fatores foram analisados, de modo qualitativo. De maneira geral, o comércio de móveis em madeira maciça na cidade de Manaus ainda é intenso, mas perdeu parcela significativa do mercado e assim sendo encontra-se a concentrado nos bairros da Compensa (zona oeste) e São José (zona leste), onde a maioria dos consumidores pertence à classe B, C e D, notadamente C. Os aspectos observados seguem:

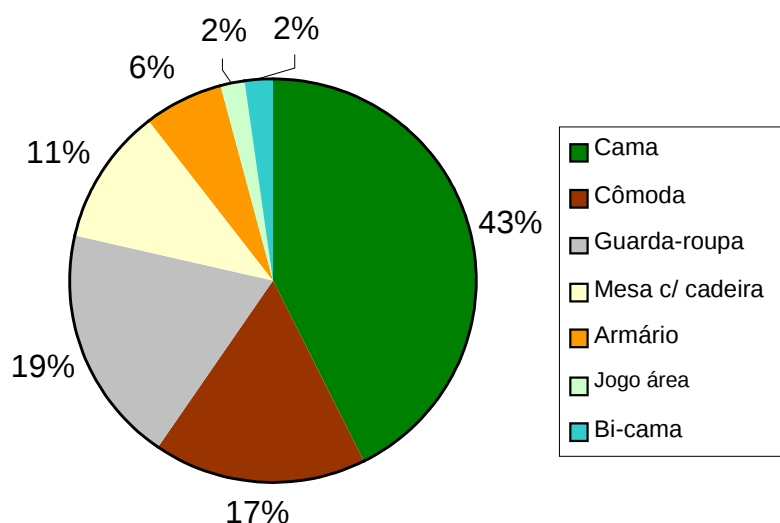
As madeiras utilizadas na fabricação desses móveis são: Angelim, Cupiuba, Cumaru, Cedro, Roxinho, Marupá, Louro, Mulateiro, Andiroba e Muiracatiara; sendo as mais usadas Angelim, Cedro e Muiracatiara, por apresentarem menos problemas no decorrer do uso e a Muiracatiara em especial, por também apresentar bom acabamento, sendo preferida pelos produtores de Rondônia.



Os móveis mais vendidos nessas lojas são, em ordem de preferência: Cama, Guarda-roupa, Cômoda, Mesa de Jantar, Armário, Jogo de Área, conforme demonstra gráfico a seguir.

Verifica-se uma grande procura pelos móveis em madeira maciça por aposentados e consumidores de classe A que comprem este tipo de móveis para mobiliar sítios e fazendas.

Produtos mais vendidos nas lojas



Fonte: Pesquisa de Campo FUCAPI/ Floresta Viva

Em relação aos preços, é possível perceber que há um grande intervalo, estando os preços diretamente ligados a técnica utilizada para produzir o móvel e seus ornamentos. É possível perceber também que não há uma metodologia de composição de custos e normalmente o preço é dado de acordo com o cliente interessado.

Quadro 01 - Valores máximo e mínimo do produto Cama

Valor do produto mais vendido	Cama Casal	Cama Casal Entalhada	Cama Solteiro
	R\$ 90,00 a 800,00	A partir de R\$ 1.000,00	R\$ 90,00 a 200,00

Quadro 02- Valores máximo e mínimo do segundo produto mais procurado nas lojas

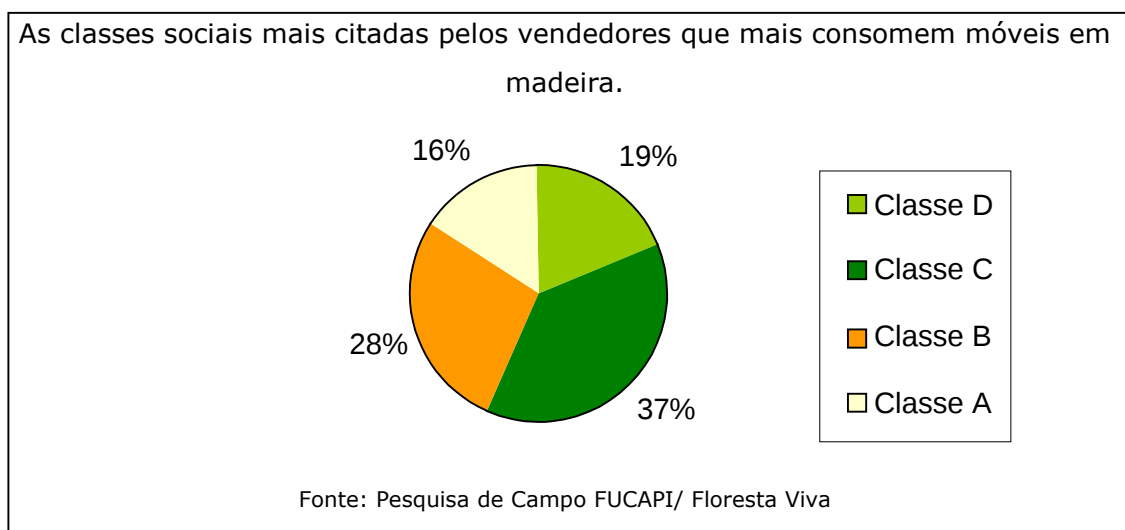
Valor do segundo produto mais vendido	Guarda-Roupa solteiro	Guarda-Roupa casal
	R\$ 700,00 a 1.100,00	R\$ 1.100,00 a 2.900,00

Quadro 03 - Valores máximo e mínimo de outros produtos em madeira maciça vendidos nas lojas.

Valores dos demais produtos	Mesa de Jantar	Cômada	Armário de Cozinha
	R\$ 550,00 a 1.800,00	R\$ 220,00 a 460,00	R\$ 500,00 a 1.460,00

Sendo a cama de casal o móvel mais procurado, principalmente por recém-casados, o que define a escolha pelo tipo de produto é o seu valor, quanto mais baixo o preço do móvel, mais atrativo torna-se para o grupo social pertencentes à classe C, em geral casais jovens e pessoas entre 30 a 40 anos, optam por camas mais baratas

custando entre R\$ 90,00 e R\$ 350,00 reais, não são exigentes com a qualidade do produto e neste grupo se encaixam os móveis produzidos em Manaus, já os grupos com maior poder aquisitivo, são mais exigentes e se preocupam com a qualidade do produto, optando por camas que custam entre R\$ 250,00 a R\$ 1.200,00 reais, neste grupo se encaixam os móveis produzidos em Rondônia. Pessoas de poder aquisitivo baixo e as mulheres possuem o poder de decisão na compra; outra informação interessante é da pouca procura por móveis entalhados que são extremamente caros. Segundo os vendedores e lojistas a maioria de seus clientes que compram móveis são de classe B com 28% e C 37%, também há uma procura razoável pela classe D com 19%, sendo que essa tem a preferência pelo mobiliário cama de casal, geralmente a forma de pagamento para essa classe é feita através da facilidade de pagamento como pagamento parcelado em varias vezes em algumas lojas.

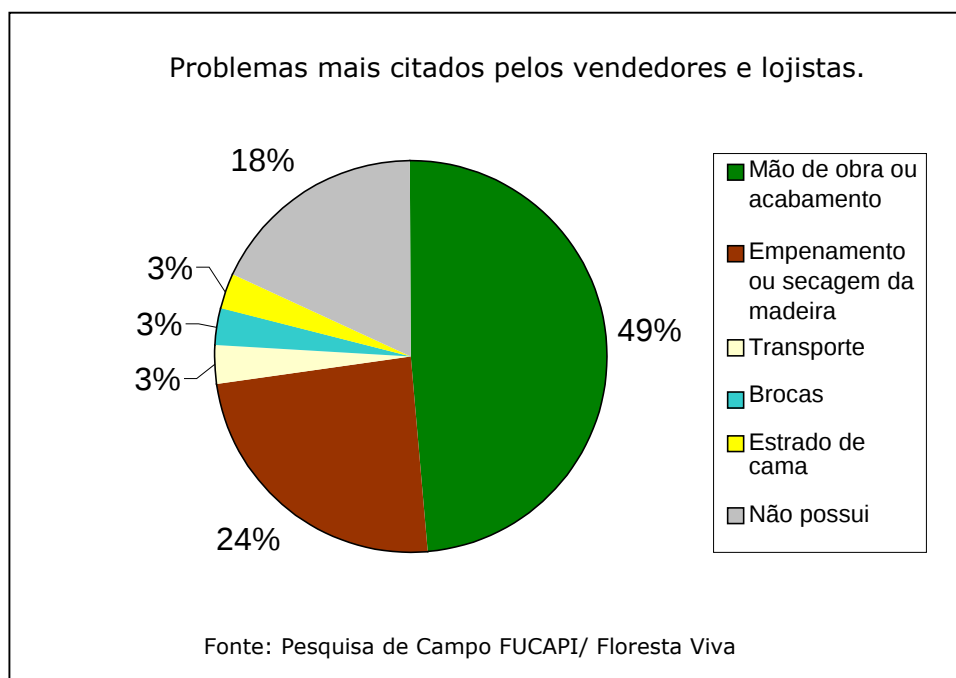


Sobre a procedência, a maioria dos móveis vendidos nas lojas em Manaus é fabricada nas cidades de: Parintins, Manacapuru, Maués, Manaus, Itacoatiara e no Estado de Rondônia.

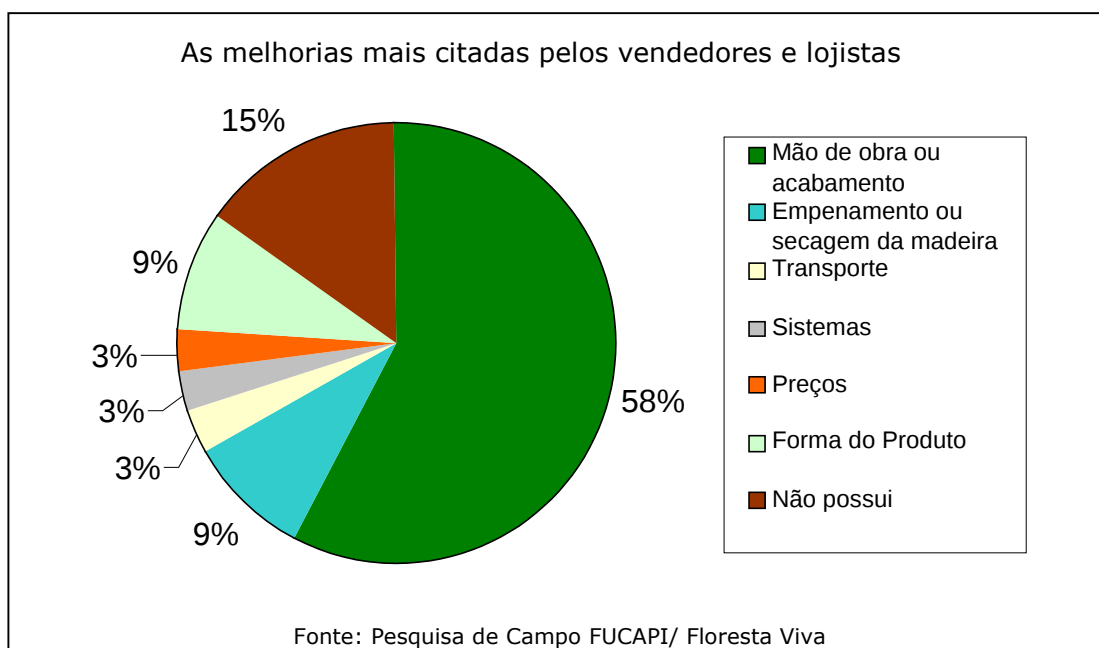
Geralmente os móveis possuem acabamento brilhoso e de baixa qualidade. A matéria-prima utilizada é lixa, verniz e selador. Os lojistas reclamam da baixa qualidade, pois os clientes reparam e criticam o móvel, argumentando que o mesmo deveria ser mais lixado, pois ao passarem a mão na superfície, sentem a porosidade do produto.

De acordo com os vendedores os móveis produzidos em Manaus perdem mercado para os de Rondônia devido ao acabamento de baixa qualidade, design ultrapassado, a falta de seriedade e compromisso por partes de algumas movelarias, as quais nunca cumprem o prazo de entrega e possuem mão-de-obra pouco qualificadora e insuficiente. Em oposição os móveis de Rondônia apresentam qualidade superior, são bem acabados, tendo uma superfície lisa (facilitando a limpeza, fato observado pelos consumidores) e utilizam ferragens que facilitam o uso do produto, como as gavetas que possuem

puxadores e corredeiras de metal. Os problemas declarados pelos estão descritos a seguir.

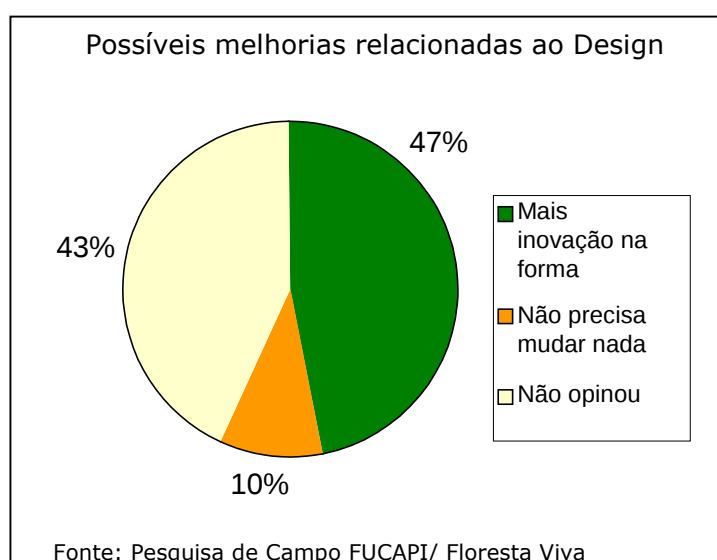


Ainda de acordo com vendedores, uma possibilidade para aumentar a venda desses produtos é ampliar esse mercado melhorando o acabamento dos móveis. De acordo com os gráficos abaixo, a maior parte dos lojistas acha que o acabamento seria o fator mais importante para decisão da compra do móvel. Em seguida, são citados empenamento/secagem e forma do produto.



Os móveis em madeira estão deixando de atingir um mercado promissor, proveniente da grande quantidade de prédios que vem sendo construídos em áreas privilegiadas como Ponta Negra, Adrianópolis, Vieiralves- pois é sabido que concomitante a um *boom* imobiliário, segue-se um aumento proporcional nas vendas de móveis- por ainda manterem a forma tradicional, que não agrada a esse público pela falta de inovação e inadequação aos novos espaços e preferências estéticas.

Importante ressaltar que muitos lojistas não conseguiram opinar sobre o tema, ou por desconhecimento da opinião do consumidor ou por desconsiderarem a forma – design- do produto, como fator importante para efetuação da compra. Há ainda aqueles que, apegados a práticas que são passadas por gerações, não conseguem vislumbrar outras possibilidades para fabricação dos produtos.

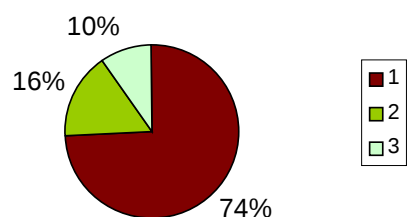


4.2. Questionário

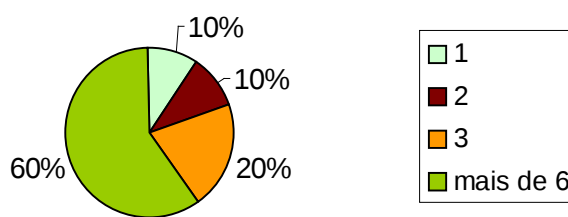
Foram realizadas 40 entrevistas, sendo a população objetivo: comércio varejista do mobiliário residencial- divididas em dois grandes grupos denominados Grandes e Pequenas Lojas, em função de determinadas características em comum. Do grupo “Grande lojas”, fazem parte: Bemol, Stok Casa, TV Lar, City Lar, Ultramóveis, Esplanada, entre outros. Do grupo “Pequenas lojas” fazem parte as pequenas empresas que comercializam móveis, principalmente em madeira maciça. A pesquisa foi focada para obter informações principalmente sobre Desempenho do Produto – Mobiliário.

Sobre a configuração dos empreendimentos, verifica-se que os grupos possuem características bastante divergentes entre si. As Grandes lojas possuem várias unidades e algumas fazem parte de redes com abrangência além do Estado, enquanto as “Pequenas Lojas” em sua maioria possuem apenas uma unidade e são, de maneira geral, de capital local.

Quantidades de lojas do mesmo grupo empreendedor



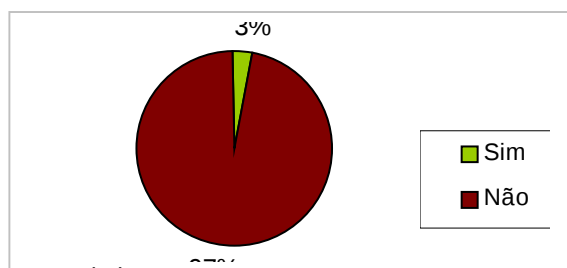
Pequenas Lojas



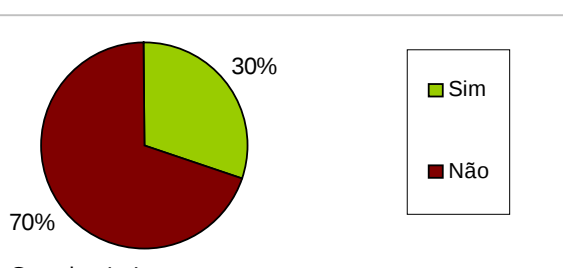
Grandes Lojas

FONTE: Pesquisa de Mercado FUCAPI/ Floresta Viva

Existência de lojas em outros Estados



Pequenas Lojas

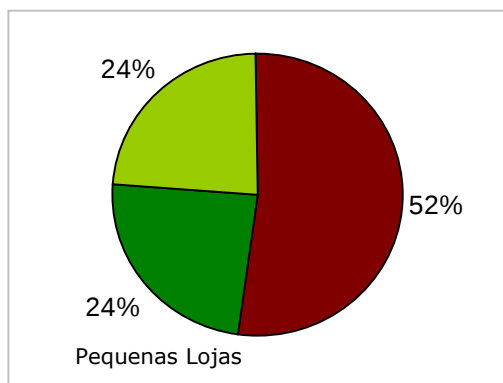


Grandes Lojas

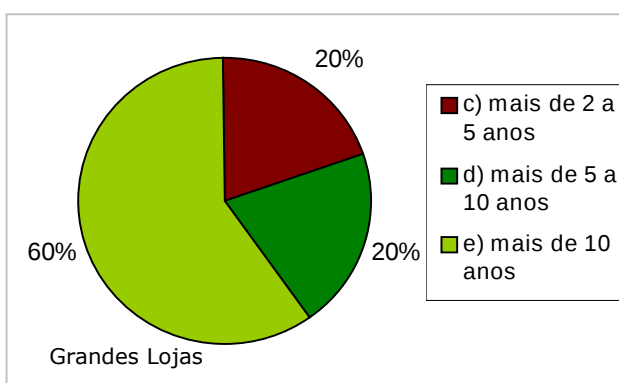
FONTE: Pesquisa de Mercado FUCAPI/ Floresta Viva

Quanto ao tempo de atuação no mercado local, percebe-se que não há ingressos atuais na cadeia, pois grande parte dos empreendimentos de ambos os grupos está no mercado há mais de 05 anos.

Tempo de atuação no mercado local



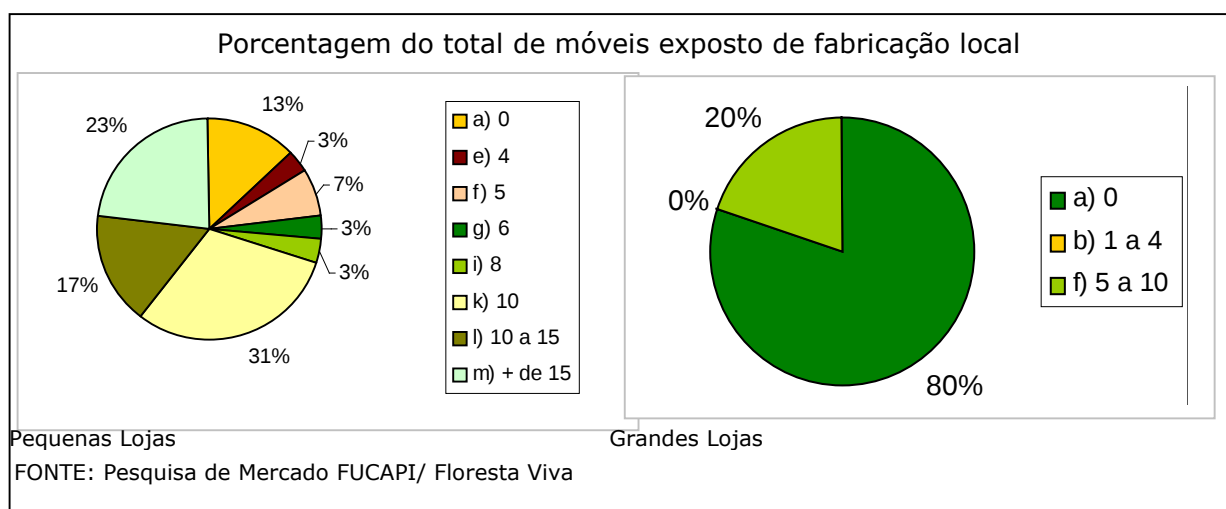
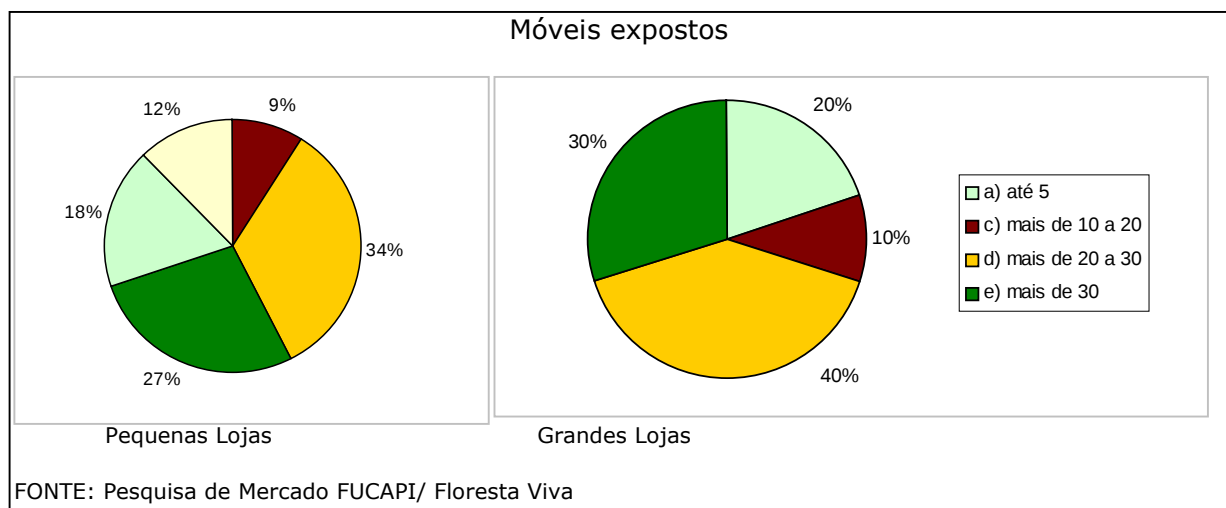
Pequenas Lojas



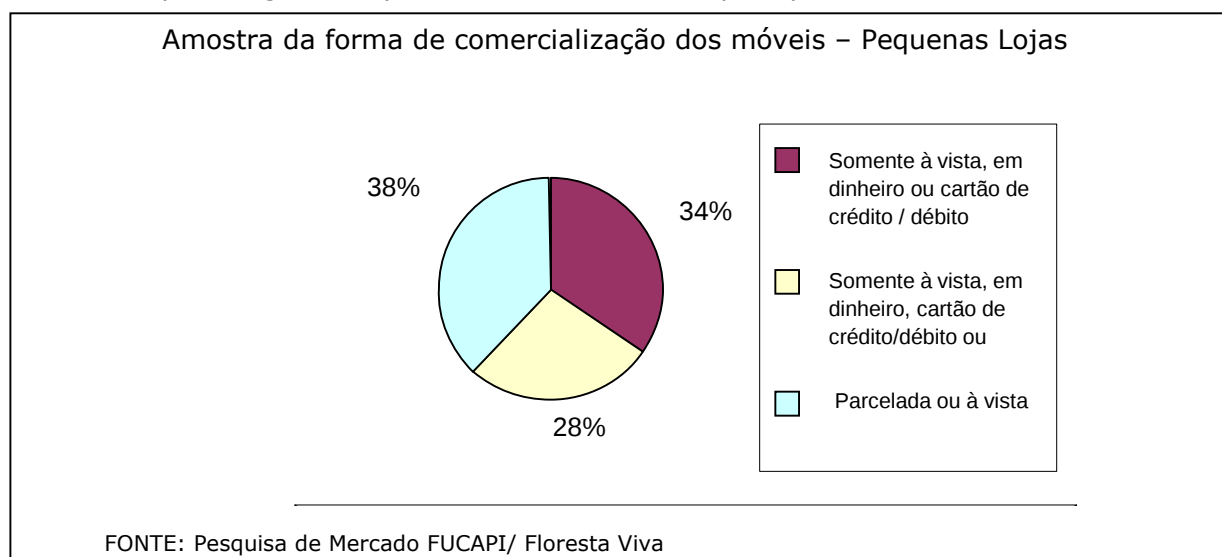
Grandes Lojas

FONTE: Pesquisa de Mercado FUCAPI/ Floresta Viva

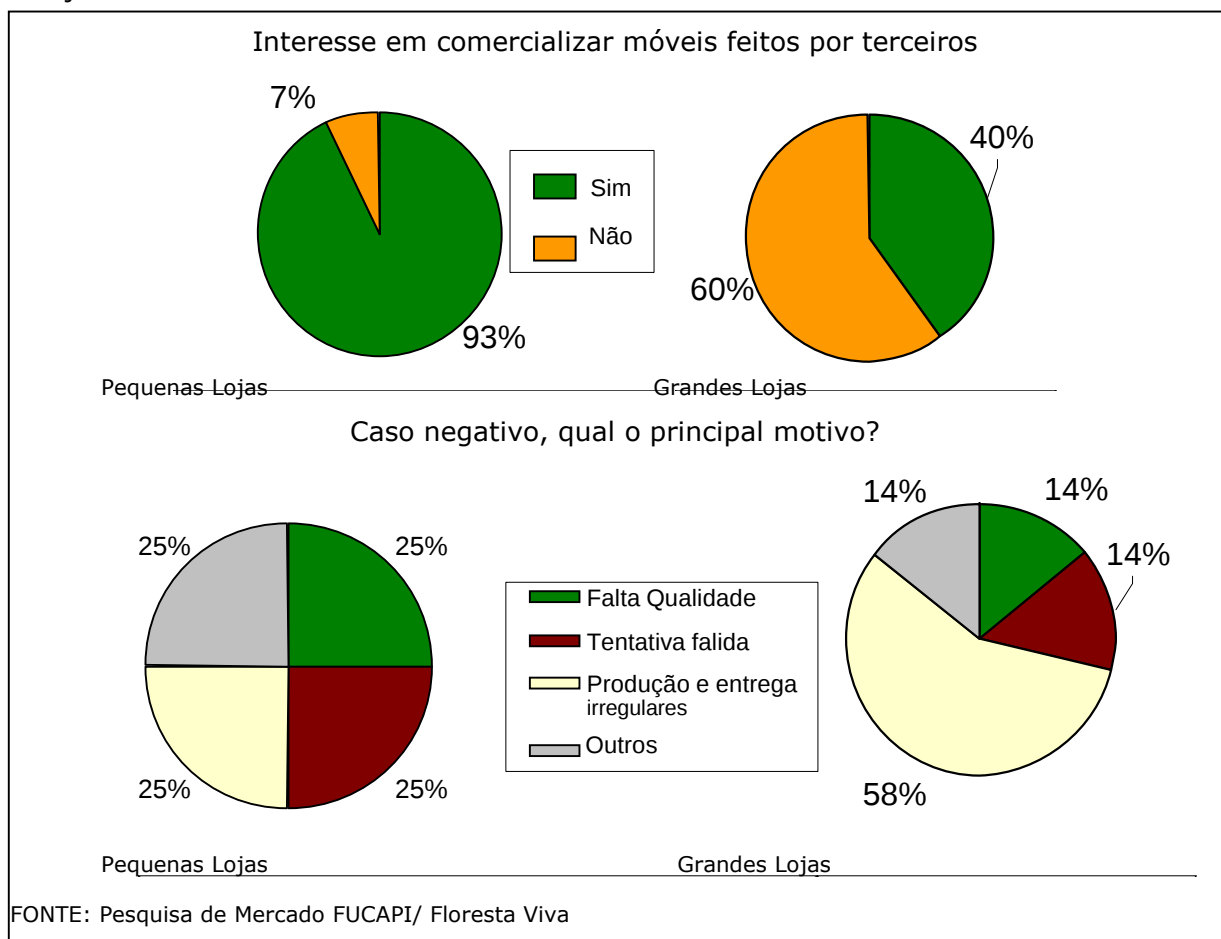
Durante a pesquisa verificou-se que poucos empreendimentos, do grupo "Grandes Lojas", possui móveis de madeira a venda na loja, embora quantidade de móveis expostos seja representativa. No caso do grupo "Pequenas Lojas", em geral todos os produtos são desta matéria-prima, e neste caso, o quantitativo nos demonstra o potencial de venda do local. Sobre a procedências, a maior parte móveis expostos nas grandes lojas não são fabricados nos estados, sua grande maioria vem de São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul que possuem material aglomerado e MDF.



Em todas as grandes lojas visitadas a comercialização dos produtos é feita a partir de móveis prontos. Nas pequenas lojas, como demonstra o gráfico abaixo, essa ainda não é uma prática geral, o que certamente contribui para perda de mercado.



Pequenos empresários relataram o grande interesse em comercializar móveis em madeira maciça fabricados no estado e nas grandes lojas, esse percentual ainda é representativo, embora esse interesse de fato não se concretize, pois para que isso aconteça é preciso verificar padrões de qualidade de acabamento, respeito a prazos e relações comerciais sólidas.



Abaixo, valores médios dos produtos mais vendidos nas grandes lojas.

Preços de Móveis – Grandes Lojas

Móveis	Menor Preço	Maior Preço
Cama de casal	R\$ 299,00	R\$ 6.900,00
Cama de solteiro	R\$ 228,00	R\$ 2.000,00
Guarda-roupa	R\$ 260,00	R\$ 2.300,00
Mesa com cadeiras (tipo sala de jantar)	R\$ 329,00	R\$ 14.000,00

4.3. Análise de Produto

Abaixo seguem principais produtos encontrados e suas características observadas. De maneira geral, o grande diferencial do produto, ponto forte a ser explorado, é a própria matéria-prima, nobre e de alto valor estético. Entretanto, as técnicas de beneficiamento e escolhas relacionadas à forma, acabamentos e complementos acabam por comprometer o apelo que o móvel de madeira maciça tem o potencial de ter. Seguem produtos:

- Cômoda



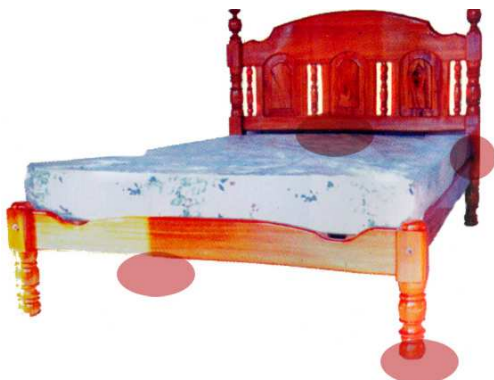
Os detalhes em entalhe ajudam a encarecer o produto e tornam o aspecto visual exagerado e dificultam o acabamento geral do móvel.

Puxadores em metal conflitam com móveis entalhados, pois não possuem harmonia com os demais elementos que compõem o móvel.



Fig. 02- Cômodas

- Cama



O produto apresenta espelho no encosto da cama, poluindo visualmente o produto que apresenta inúmeros elementos (gavetas, reentrâncias e saliências) e comprometendo os aspectos de segurança .

O produto apresenta pés e detalhes do espelho da cama torneados, dando ao móvel um aspecto visualmente pesado, comprometendo a ergonomia e acabamento.



Fig. 03- Camas

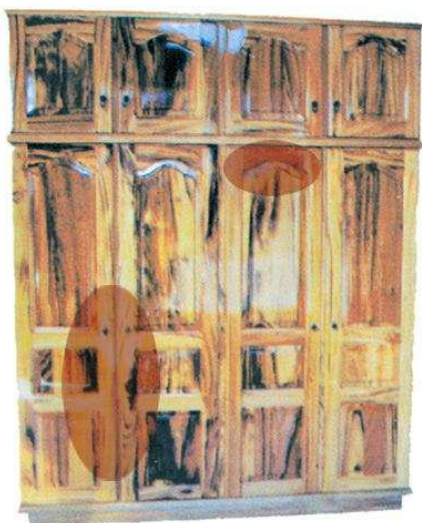
- Bicama



Fig. 04 – Bicama Triliche.

Na figura 08, apresenta uma bicama funcional mais que possui pouca atratividade. Já na figura 09, o triliche é muito alta, provavelmente quem dorme em cima fica exposto a quedas, pois sua proteção não protege o usuário e sim o colchão, é praticamente do mesmo tamanho da grade protetora. A sugestão seria a cômoda passar para o direito, ficando a escada reta sendo que a cômoda serviria para todas as camas não somente para segunda.

- Guarda- roupa



A textura da madeira juntamente com os adornos em estilo colonial, aliado ao fato de que o produto possui grandes proporções, tornam o guarda-roupa pesado visualmente, de difícil composição com outros móveis.

Armário possui pouco espaço para pendurar roupa . Os espaços podem ser melhor distribuídos, otimizando o uso do móvel.



Fig. 05 – Guarda- Roupas

- Armário de Cozinha



Armário em estilo colonial apresenta detalhes desnecessários que acumulam sujeira e impossibilitam o uso de uma área que poderia ser útil. Os pés transmitem sensação de desequilíbrio e fragilidade.



Fig. 06 – Armário de cozinha.

Prateleiras não aparentam ter estrutura de sustentação e cantos vivos (sem arredondamento) salientes podem causar acidentes.

- Sala de Jantar



Muitos detalhes dificultam a produção. Não há preocupação com acabamento na parte inferior do produto.

Forma simples e limpa. Somente o pé da mesa precisa ser melhorado pois conflita com as linhas estruturais do móvel.



Fig.07 – Conjuntos de jantar

5.Tendências.

Para se obter um parâmetro para criação e para que os produtos assumam características que os permitam serem absorvidos pelo mercado, foram analisadas as tendências nacionais e regionais. Após pesquisas em sites e revistas especializadas, e no catálogo de referência do SENAI, 08 tendências fundamentais foram destacadas e serão integradas ao desenvolvimento dos produtos, conforme possibilidades. Segue abaixo descrição de cada:

5.1. A primeira tendência se refere a **valorização do aspecto natural da madeira**, ou ainda, a não utilização de pigmentos no acabamento, para destacar as cores e texturas naturais da madeira.

Esta tendência se adapta bem as características da nossa região, dada a riqueza de espécies disponíveis para uso. Em adição a esta informação, o público alvo da pesquisa assumiu como preferência de acabamento o uso de verniz incolor. Por tanto, os móveis serão apresentados de forma a valorizarem as características naturais das espécies de madeira nativa, destacando também a diversidade desse material, característica que nos é peculiar.



Fig.08. Móveis valorizando a madeira.

Fonte : Catálogo de Tendência SENAI 2006

5.2 Os móveis deverão assumir **formas simples e retas**, valorizando a matéria-prima, facilitando a produção e diminuindo o desperdício.

Tal questão é de grande importância para a produção dos móveis, pois baixará o custo das peças, já que a produção será mais simples (cortes, montagem e acabamento), em consequência se tornará mais rápida, sendo o preço final do produto mais barato ou podendo-se utilizar insumos e/ou acessórios melhores, para maior

valorização do produto final. Os cortes retos aumentaram o aproveitamento da madeira, diminuindo o custo indireto. Em resumo, as formas deverão ser simplificadas para valorizar os materiais, melhorar o acabamento, facilitar a produção e diminuir o desperdício.



Fig.09. Móveis valorizando a forma simples. .

Fonte : Catálogo de Tendência SENAI 2006

5.3 Para agregar valor ao móvel, destaca-se a **aplicação de resíduos florestais** como: sementes, fibras, cipós, ouriços.

Coerente com a região, pela disponibilidade deste tipo de matéria-prima, tendo um custo - benefício positivo, se houver cuidado na seleção da matéria-prima, para não interferir na qualidade e não implique em grande tempo de produção para incorporação ao móvel. Sementes, fibras, ouriços e demais resíduos florestais integrarão o móvel, conferindo apelo estético e agregando valor ao produto final.



Fig.10. Móveis com a inserção de resíduos florestais. .

Fonte : Catálogo de Tendência SENAI 2006

5.4 O **uso de materiais industrializados e pré-fabricados** como complementos: vidro e metais em puxadores, hastes, pernas.

Conferirão ao móvel contemporaneidade e sofisticação; esta tendência é um pouco aplicável, dados o alto custo alto e dificuldades de logísticas locais, mas deve ser levada em conta, caso exista abertura para produção de móveis com valor agregado acima da média.

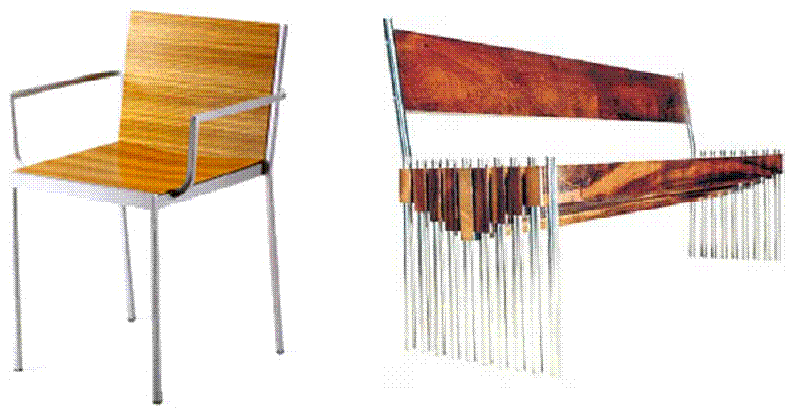


Fig.11. Móveis com a inserção de materiais industrializados e pré-fabricados. .

Fonte : Catálogo de Tendência SENAI 2006

5.5. Os móveis deverão **ser versáteis e multifuncionais**, para melhor se adaptar a espaços pequenos, tendência atual e inevitável.

Apresentando o maior número de funções, a forma e a divisão dos móveis deverá ser pensada de acordo com a função a realizar. Esta informação é essencial para a melhoria do produto final e fará parte de uma grande mudança nos móveis regionais. Ou seja, móveis deverão ter suas funções potencializadas e facilmente adaptadas aos diferentes hábitos do consumidor, conferindo ao produto múltiplas possibilidades de utilização.



Fig.12. Móveis multifuncionais e com bom aproveitamento dos espaços. .

Fonte : Catálogo de Tendência SENAI 2006

5.6 Ergonomia – adequação das medidas, formas e acabamentos ao conforto e segurança do usuário – será exigência básica do consumidor, para maior aceitação e satisfação com o produto.

Mais do que uma tendência, pensar móveis ergonômicos é necessário e vital para construção de uma identidade confiável para o consumidor.



Fig.13. Móveis ergonômicos. .

Fonte : Catálogo de Tendência SENAI 2006

5.7 O uso de **complementos** como: dobradiças, corrediças, pés e rodízios serão importantes para facilitar a manipulação dos móveis.

Móveis atuais precisam permitir a limpeza, movimentação e evitar constrangimentos para o usuário como: gavetas que emperram ou não abrem, estrados que quebram e parafusos que ferem, entre outros. Embora de difícil concretização, tal qual o uso de acessórios, é preciso pensar em soluções viáveis, pois o móvel precisa facilitar e adaptar-se as necessidades do consumidor.



Fig.14. Complementos: para estrado de cama, pé e conexão, dobradiça. .

Fonte : Catálogo de Tendência SENAI 2006

5.8 Móveis **desmontáveis ou com processos de montagem simplificados** (colagem, encaixe e pinos) serão uma vantagem competitiva.

Resolvendo problemas de logística dos empresários, os móveis poderão ser vendidos desmontados, ocupando menos espaço e chegando no destino sem danos ao acabamento. Atende também ao problema citado pelos usuários de montar e desmontar o móvel em caso de mudança e de transporte que será facilitado.



Fig.15. Moveis de encaixe e desmontáveis. .

Fonte : Catálogo de Tendência SENAI 2006

6. Observações Finais.

A premissa do projeto é trabalhar no segmento B e C do mercado, para retomar parcialmente uma parcela perdida para os produtos aglomerados. Essa pesquisa, todavia, em sua abrangência permite compreender os vários segmentos e planejar diferentes estratégias de atuação no setor.

Entretanto, a informação mais palpável nessa pesquisa é a necessidade de **profissionalização da cadeia produtiva**, em todos os níveis da atuação.

Os maiores entraves para consolidação do setor estão arraigados nas práticas dos atores da cadeia e se transformaram em um paradigma difícil de quebrar. Sem relações comerciais estáveis, garantias de qualidade, condições de comercialização competitivas, organização produtiva eficiente e, obviamente, mão de obra capaz, qualquer concorrência, ainda que apresentando produtos de qualidade duvidosa, continuará tomando espaços sucessivamente.

7. Fontes

- Catálogo SENAI – Tendências de Mobiliário 2006
- www.abipeme.org.br
- www.ibge.org.br
- TAGLIACARNE, Guilherme, *in: Pesquisa de Mercado: Técnica e Prática*, São Paulo, Atlas, 1978.

8. Anexos

Anexo 01 – Questionário de Oferta

1. Quantas lojas no mercado local possui o grupo empreendedor?

Verifica a configuração do empreendimento e indica o tamanho do mercado atingido pelo grupo.

2. Além do Estado do Amazonas, a loja possui outras lojas na Federação?

Define a tipologia do empreendimento, indicando características e abrangência no mercado.

3. Há quanto tempo o grupo atua no mercado local?

Verifica o grau de consolidação da empresa no mercado local.

4. Qual o total de moveis de madeira estão expostas a venda na loja?

5. Do total de moveis de madeira expostos para vender na loja, quantos são local/regional?

Define quantitativamente a oferta do produto, de maneira generalizada e especificamente do produto a ser desenvolvido, indicando possível mercado aberto para o produto e sinalizando a proporção de produtos locais X produzidos em outros estados.

6. O tipo de móvel comercializado pela empresa?

Compreende o modo de produção dos produtos comercializados (em serie/ personalizado).

7. Quais as formas de comercialização de moveis utilizadas pela empresa

Verifica as formas de financiamentos e as facilidades para o consumidor, como fatores que influenciam a decisão de compra do cliente.

8. A empresa teria interesse em comercializar moveis de madeira de produção local/regional, feitos por terceiros?

Sonda a possibilidade, ou interesse, no estabelecimento de relações comerciais com moveleiros do interior.

9. Caso negativo, qual o principal motivo?

Define os problemas que prejudicam este possível relacionamento.

10. Preço de alguns moveis de madeira em exposição na loja

Indica os valores aceitos no mercado para subsidiar a criação de produtos com custo e preços competitivos.

Anexo 02 - Tabela para determinar tamanho de amostras ao Coeficiente de Confiança de 95,5%*

População	Amostra					
	Amplitude do erro					
	± 1	± 2	± 3	± 4	± 5	± 10
...	-	-	-	-	222	83
1.000	-	-	-	385	286	91
1.500	-	-	638	441	316	94
2.000	-	-	714	476	333	95
2.500	-	1.250	769	500	345	96
3.000	-	1.364	811	517	353	97
3.500	-	1.458	843	530	359	97
4.000	-	1.538	870	541	364	98
4.500	-	1.607	891	549	367	98
5.000	-	1.667	909	556	370	98
6.000	-	1.765	938	566	375	98
7.000	-	1.842	949	574	378	99
8.000	-	1.905	976	480	381	99
9.000	-	1.957	989	584	383	99
10.000	5.000	2.000	1.000	488	383	99
15.000	6.000	2.143	1.034	600	390	99
20.000	6.667	2.222	1.053	606	392	100
25.000	7.143	2.273	1.064	610	394	100
50.000	8.333	2.381	1.087	617	397	100
100.000	9.091	2.439	1.099	621	398	100
∞	10.000	2.500	1.111	625	400	100

*Conforme recomenda Guilherme Tagliacarne, *in: Pesquisa de Mercado: Técnica e Prática*, São Paulo, Atlas, 1978.

Anexo 03 - Distribuição Amostral

Bairro	População Residente		Amostra	
	Total	Relativa	Calculada	Relativa
Adrianópolis	9 150	0,0066	3	0,0062
Aleixo	19 282	0,0138	6	0,0139
Alvorada	66 494	0,0477	19	0,0464
Armando Mendes	20 008	0,0143	6	0,0155
Betânia	10 859	0,0078	3	0,0062
Cachoeirinha	24 352	0,0175	7	0,0124
Centro	33 568	0,0241	10	0,0216
Chapada	7 882	0,0057	2	0,0077
Cidade Nova	193 490	0,1388	56	0,1437
Colônia Antônio Aleixo	12 475	0,0089	4	0,0108
Colônia Oliveira Machado	11 326	0,0081	3	0,0077
Colônia Santo Antônio	12 446	0,0089	4	0,0108
Colônia Terra Nova	27 146	0,0195	8	0,0185
Compensa	75 525	0,0542	22	0,0495
Coroado	45 109	0,0323	13	0,0309
Crespo	7 894	0,0057	2	0,0062
Da Paz	12 294	0,0088	4	0,0093
Distrito Industrial	15 467	0,0111	4	0,0108
Dom Pedro	15 863	0,0114	5	0,0108
Educandos	15 995	0,0115	5	0,0108
Flores	34 343	0,0246	10	0,0232
Glória	8 427	0,0060	2	0,0062
Japiim	52 376	0,0376	15	0,0402
Jorge Teixeira	78 631	0,0564	23	0,0541
Lírio do Vale	19 373	0,0139	6	0,0139
Mauazinho	15 028	0,0108	4	0,0108
Monte das Oliveiras	18 108	0,0130	5	0,0124
Morro da Liberdade	13 599	0,0098	4	0,0093
Nossa Senhora Aparecida	5 528	0,0040	2	0,0031
Nossa Senhora das Graças	13 491	0,0097	4	0,0077
Nova Esperança	17 747	0,0127	5	0,0124
Novo Israel	14 416	0,0103	4	0,0093
Parque 10 de Novembro	32 817	0,0235	9	0,0247
Petropolis	41 958	0,0301	12	0,0294
Planalto	13 352	0,0096	4	0,0108
Ponta Negra	1 465	0,0011	0	0,0015
Praça 14 de Janeiro	11 982	0,0086	3	0,0108
Presidente Vargas	9 097	0,0065	3	0,0046
Puraquequara	3 137	0,0022	1	0,0015
Raiz	17 522	0,0126	5	0,0124
Redenção	33 019	0,0237	9	0,0232
Santa Etelvina	16 477	0,0118	5	0,0139
Santa Luzia	8 390	0,0060	2	0,0062
Santo Agostinho	13 116	0,0094	4	0,0108
Santo Antônio	19 301	0,0138	6	0,0139
São Francisco	15 833	0,0114	5	0,0108
São Geraldo	7 022	0,0050	2	0,0046
São Jorge	25 144	0,0180	7	0,0201
São José Operário	84 490	0,0606	24	0,0618
São Lázaro	10 702	0,0077	3	0,0077
São Raimundo	15 655	0,0112	4	0,0139
Tancredo Neves	35 772	0,0257	10	0,0263
Tarumã	7 291	0,0052	2	0,0062
Vila Buriti	1 892	0,0014	1	0,0015
Vila da Prata	11 031	0,0079	3	0,0093
Zumbi dos Palmares	30 336	0,0218	9	0,0216
TOTAL (*)	1 394 493	1,0000	400	1,0000

Fonte: IBGE - Censo 2000

Nota: (*) Exclusive população rural e sem especificação de bairro.

Anexo 04 – Critério ABIPEME – Pontuação

INSTRUÇÃO	Abipeme
Analfabeto / Primário incompleto	0
Primário Completo / Ginásial Incompleto	5
Ginásial Completo / Colegial Incompleto	10
Colegial Completo / Superior Incompleto	15
Superior Completo	21

ITENS DE CONFORTO FAMILIAR							
ITENS DE POSSE	Não	1	2	3	4	5	+ de 5
Automóvel	0	4	9	13	18	22	26
Televisor em cores	0	4	7	11	14	18	22
Banheiro	0	2	5	7	10	12	15
Empregada mensalista	0	5	11	16	21	26	32
Rádio (excluindo do carro)	0	2	3	5	6	8	9
Máquinas de lavar roupa	0	8	8	8	8	8	8
Videocassete / DVD	0	10	10	10	10	10	10
Aspirador de pó	0	6	6	6	6	6	6
Geladeira comum ou c/ freezer	0	7	7	7	7	7	7
SOMA							

CLASSES	CRITÉRIO Abipeme
A	89 ou mais
B	59/88
C	35/58
D	20/34
E	0/19

Anexo 05 - Questionário de Demanda Potencial

1. Quantas famílias moram na residência?

2. Qual o número de pessoas que moram na residência?

Perguntas elaboradas para entender a configuração dos domicílios. Essa configuração indica determinadas necessidades e hábitos de consumo do produto.

3. Na residência o que mais usam para dormir?

Verifica predominância de determinados hábitos culturais e a possível influencia na aquisição de produtos dos móveis.

4. Acha que NECESSITA comprar algum móvel para casa?

Analisa a necessidade e intenção de compra do produto, declaradas pelo consumidor.

5. Caso positivo, QUAL SERIA, E QUAL O MATERIAL preferido do móvel ?

Busca informação sobre móveis de maior procura e relaciona tais necessidades com seus respectivos materiais preferidos, verificando a aceitação do material madeira.

6. Que fator é O MAIS IMPORTANTE na hora de comprar um móvel?

Identifica os fatores que mais influenciam o consumidor no momento da compra.

7. Com que frequência você troca seus móveis?

Identifica os fatores que motivam a compra de móveis.

8. Você possui móveis de madeira em casa?

Verificar a penetração no produto – móvel de madeira- nos domicílios, identificando a aceitação do mesmo pelo público consumidor.

9. Se hoje fosse comprar um móvel de madeira para sua residência, onde preferiria comprar ?

Define hábitos de compra e preferências do consumidor (local e tipo vendas).

10. Hoje compraria algum móvel de madeira feito no mercado local/regional?

11. Caso positivo, qual móvel seria?

Sonda as possibilidades de penetração do produto a ser desenvolvido no mercado local, e define os produtos com maior aceitação pelo consumidor.

12. Caso NEGATIVO, qual o motivo principal ?

Identifica os entraves e problemas do produto, do ponto de vista do consumidor, que impedem a compra deste.

13. Sobre esse móvel de madeira, quanto ao material seria?

Verificar a preferência declarada do consumidor e aceitação do material.

14. Quanto ao tipo de Madeira?

15. Quanto ao acabamento da madeira, qual a preferência?

16. Quanto ao estilo do móvel?

Verifica os parâmetros estéticos – aspectos visuais, preferidos pelo consumidor.

17. Quais os problemas mais freqüentes nos móveis locais/regionais?

Relaciona os defeitos que mais causam constrangimentos aos consumidores.

18. Você sabe o que é madeira Manejada?

Identifica o nível de conhecimento dos consumidores sobre o assunto.

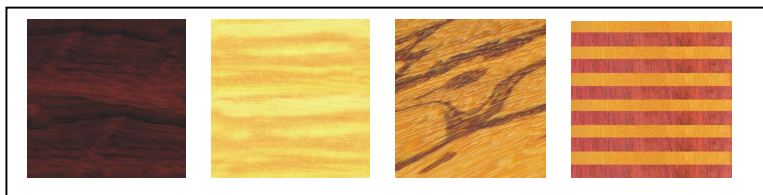
19. Você compraria móveis produzidos na região, feitos a partir de madeira manejada?

Verifica aceitação dos móveis que tenham origem manejada expressa e possível resistência ao termo, quando relacionado ao produto.

20. Você pagaria mais caro para obter um móvel de madeira manejada, ou de procedência ecologicamente correta?

Sonda efeitos que tais informações causam na intenção de compra do consumidor.

Material de Apoio utilizado na Pesquisa de Demanda Potencial



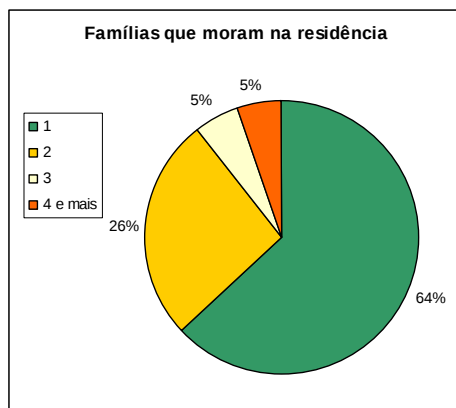
Aspectos visuais da madeira: escura/lisa, clara/lisa, rajada e marchetada.



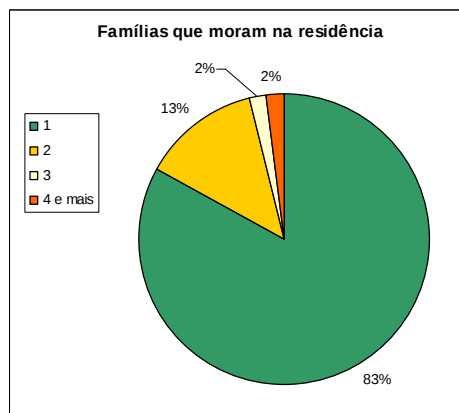
Estilos de móveis: Tradicional, contemporâneo, rústico.

ANEXOS 06 – Gráficos Classes A e D

1. Quantas famílias moram na residência ?

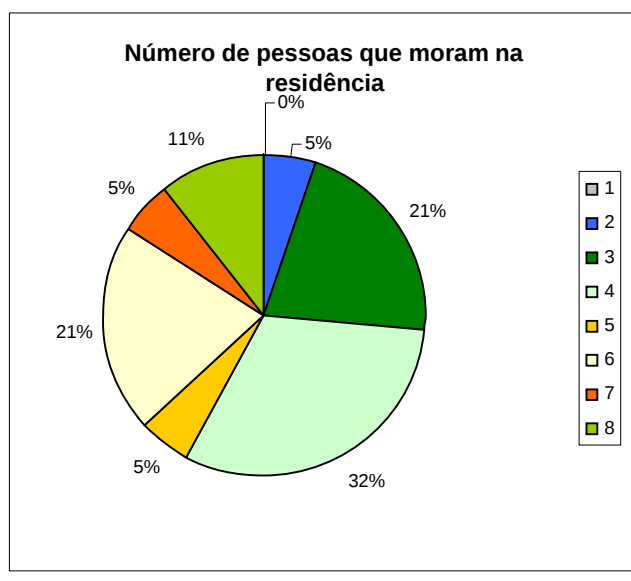


Classe A

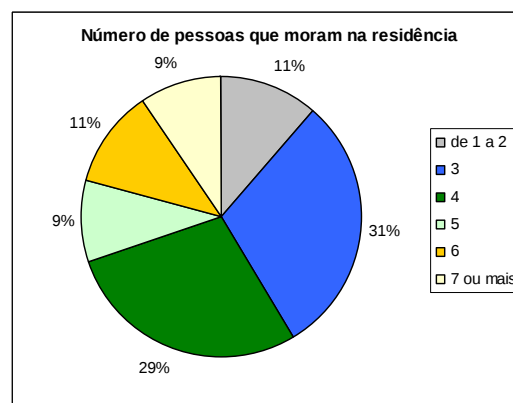


Classe D

2. Qual o número de pessoas que moram na residência ?

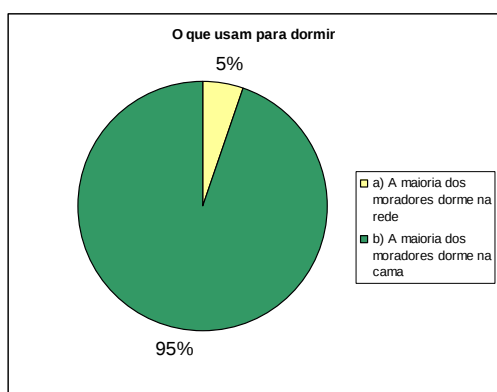


Classe A

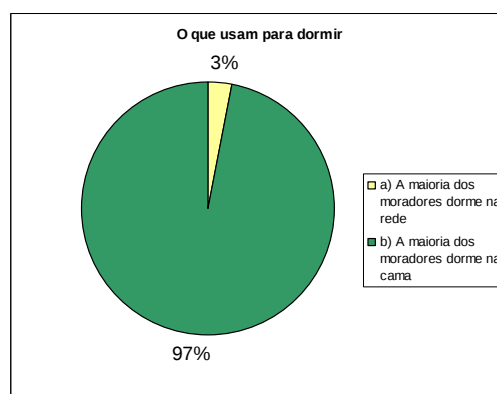


Classe D

3. Na residência o que mais usam para dormir ?

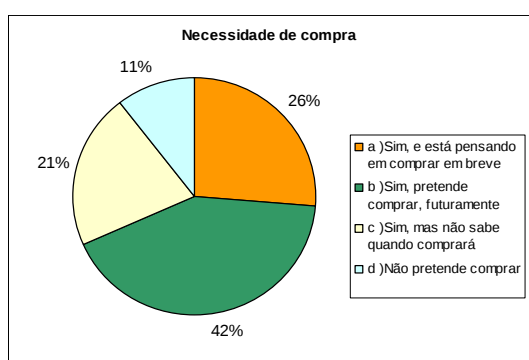


Classe A

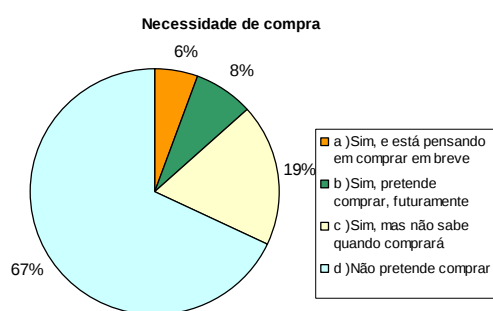


Classe D

4. Acha que necessita comprar algum móvel para casa ?

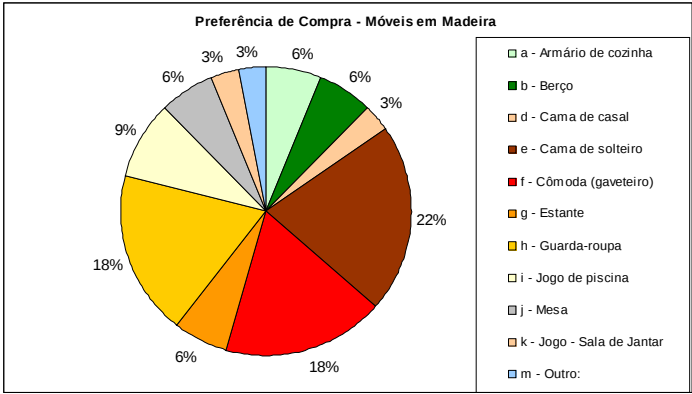


Classe A

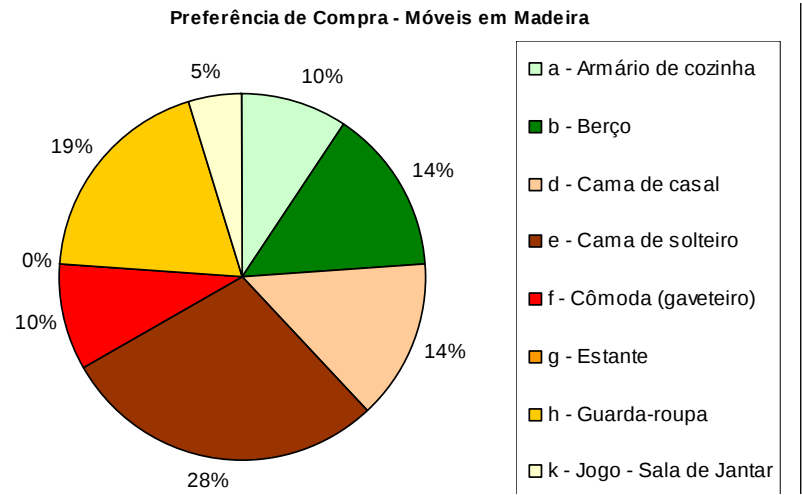


Classe D

5. Caso positivo, qual seria?

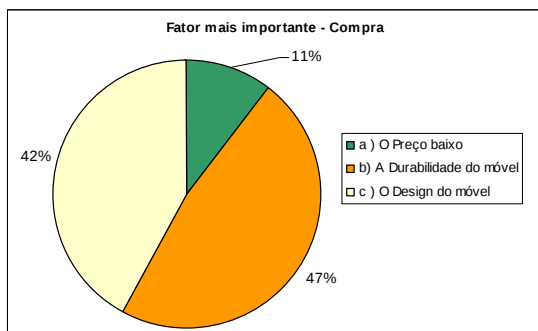


Classe A

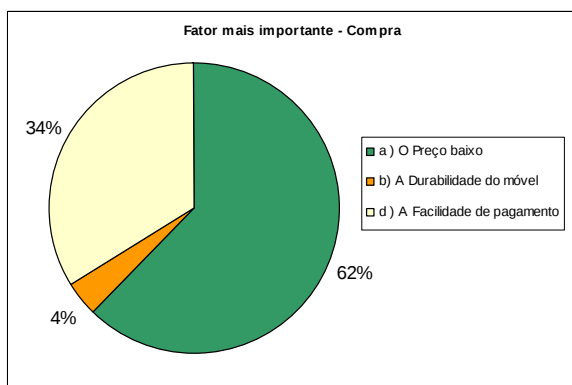


Classe D

6. Que fator é o mais importante na hora de comprar um móvel ?

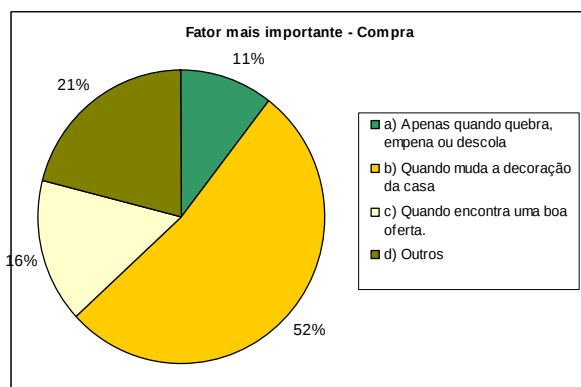


Classe A

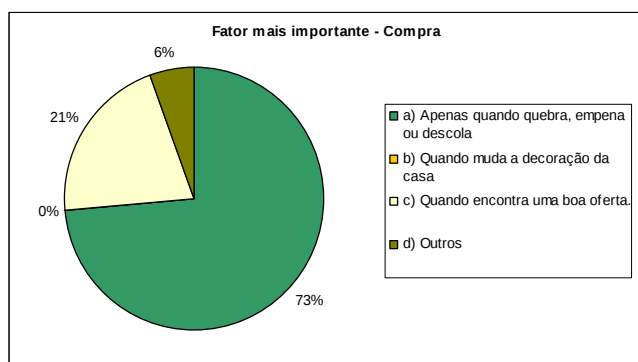


Classe D

7. Com que frequência você troca seus móveis?

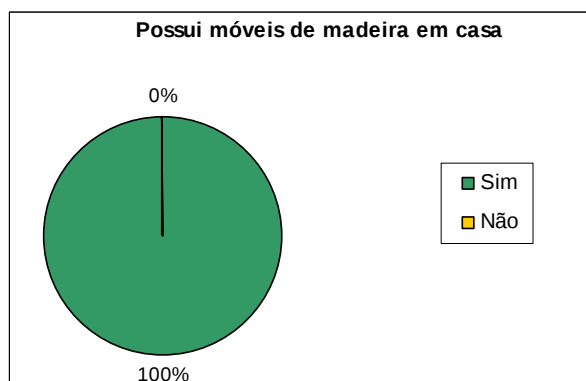


Classe A

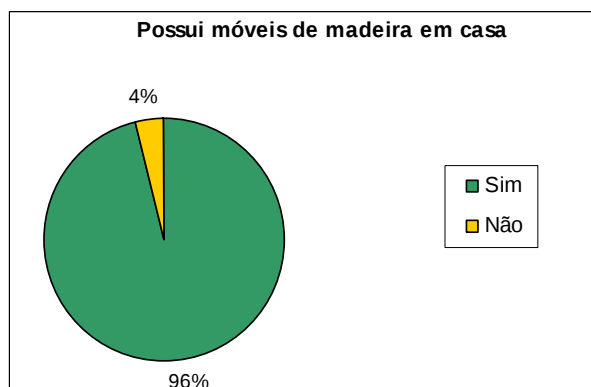


Classe D

8. Você possui móveis de madeira em casa?

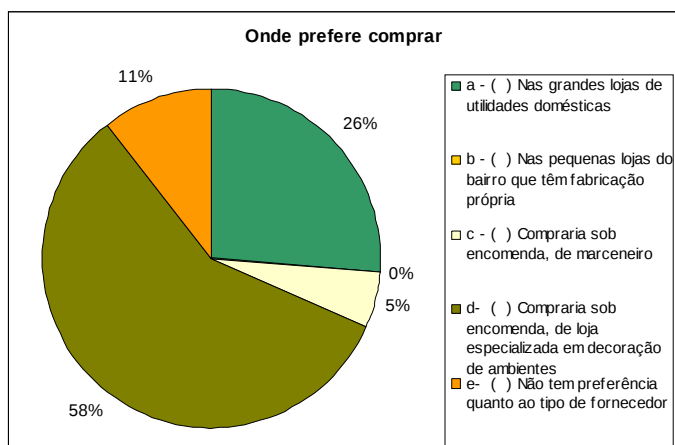


Classe A

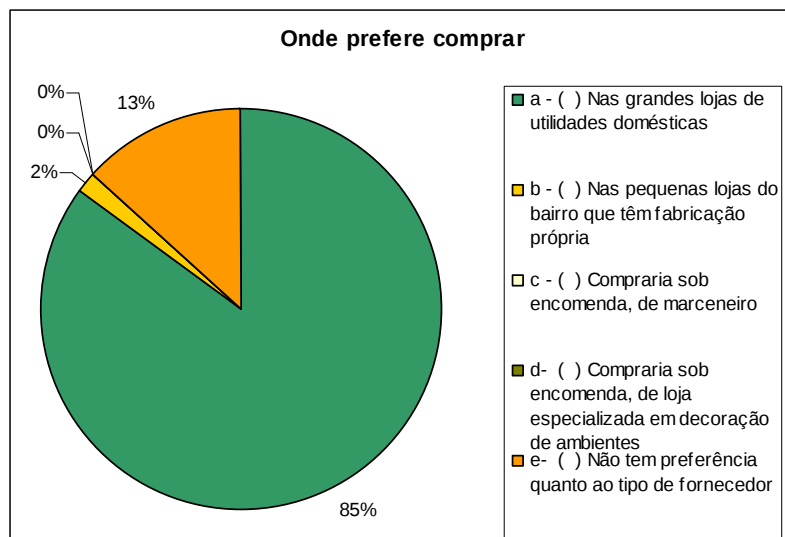


Classe D

9. Se hoje fosse comprar um móvel de madeira para sua residência, onde preferiria comprar?

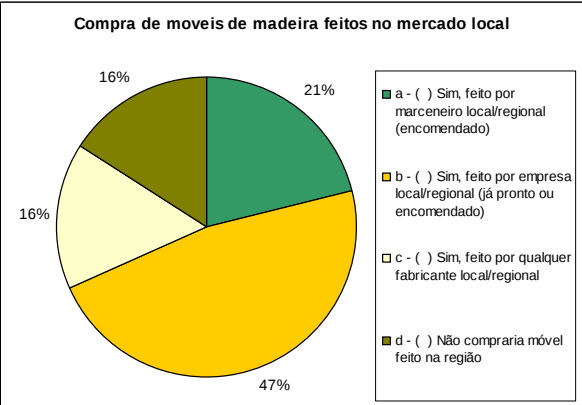


Classe A

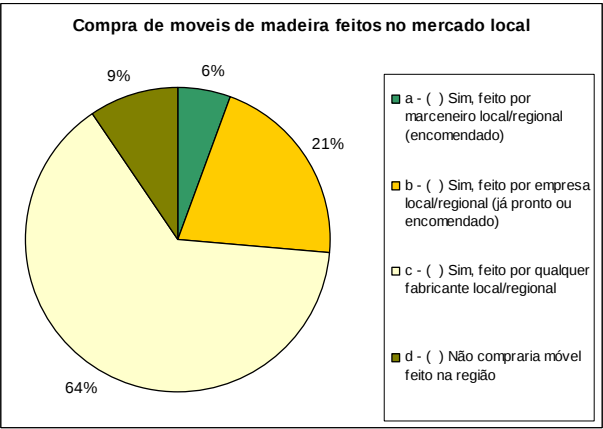


Classe D

10. Hoje compraria algum móvel de madeira feito no mercado local/regional ?

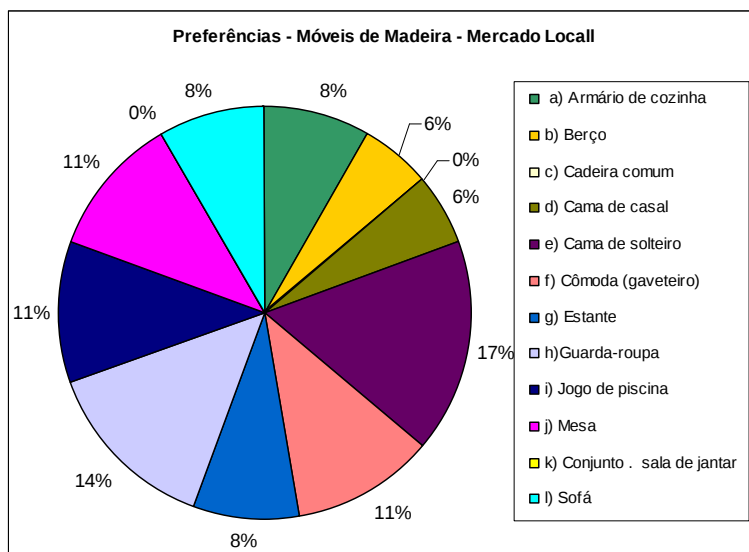


Classe A

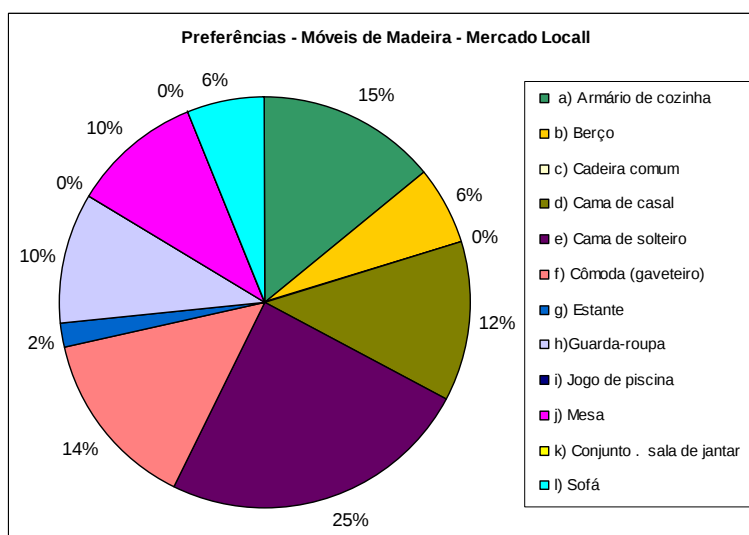


Classe D

11. Caso POSITIVO, qual móvel seria ?

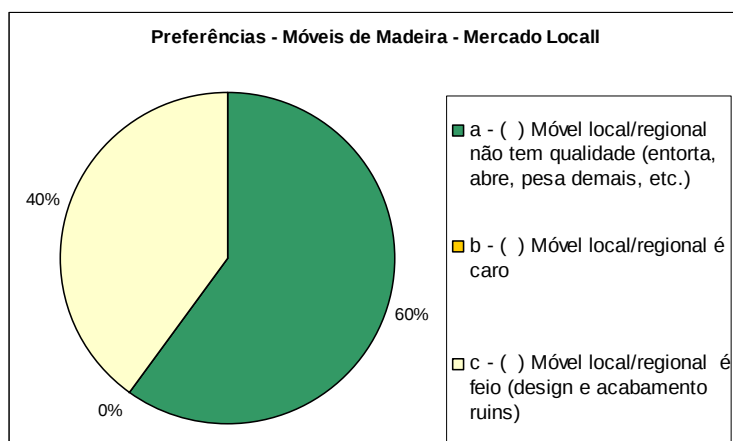


Classe A

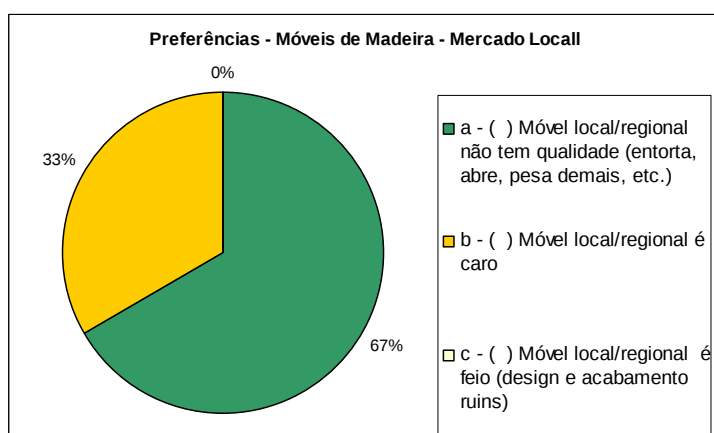


Classe D

12. Caso NEGATIVO, qual o motivo principal ?

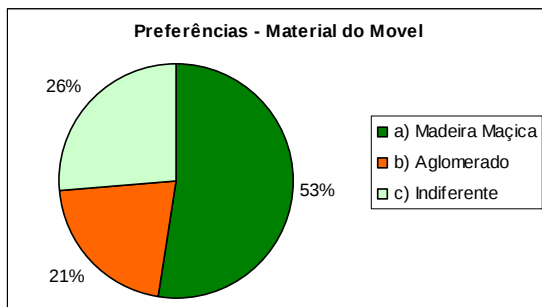


Classe A

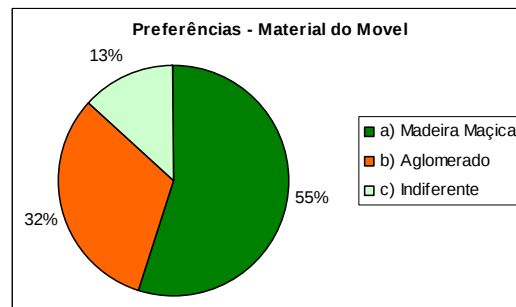


Classe D

13. Sobre esse móvel de madeira, quanto ao material seria:

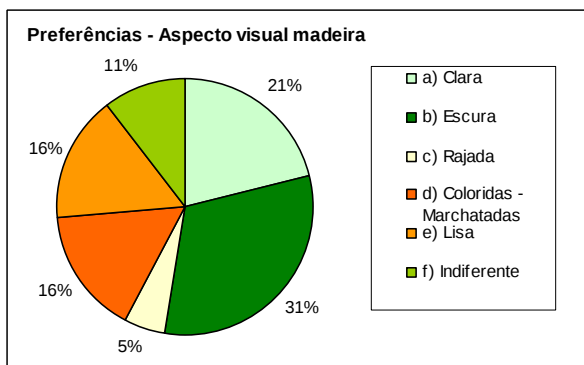


Classe A

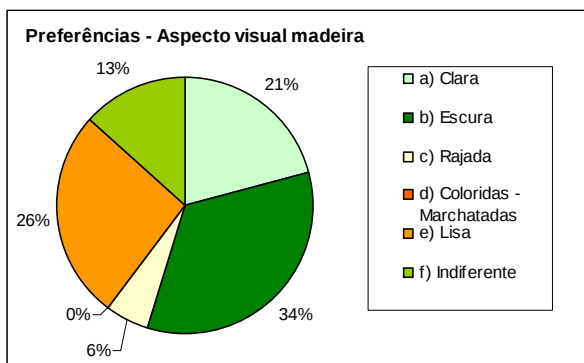


Classe D

14. Quanto ao tipo de madeira:

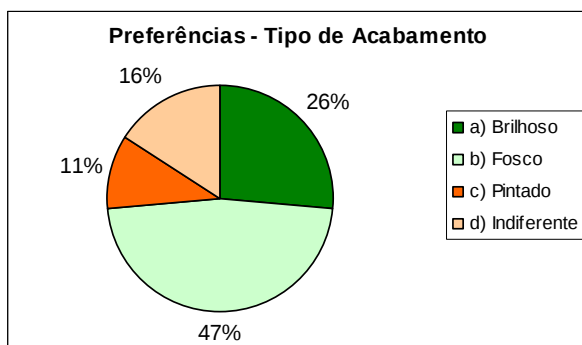


Classe A

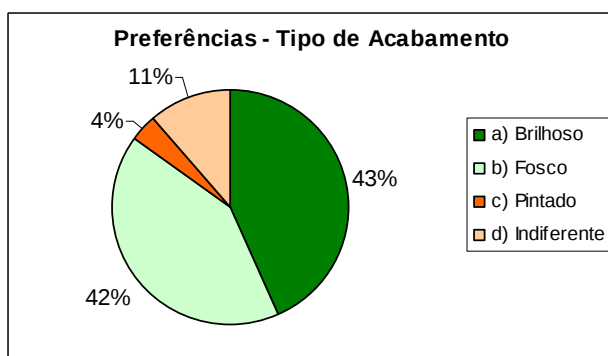


Classe D

15. Quanto ao acabamento da madeira, qual a preferência?

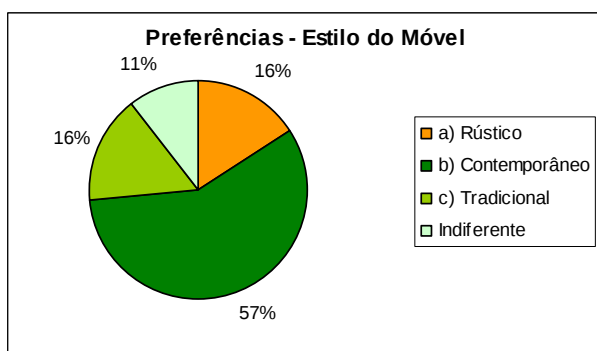


Classe A

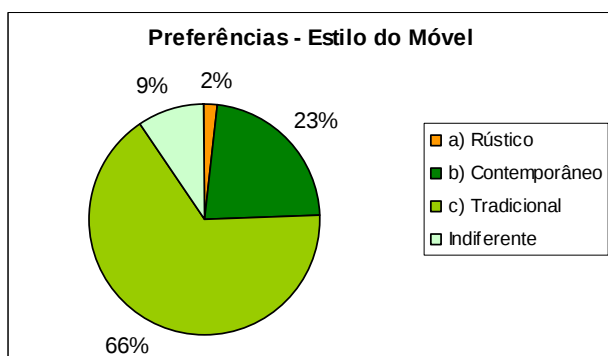


Classe D

16. Quanto ao estilo do móvel?

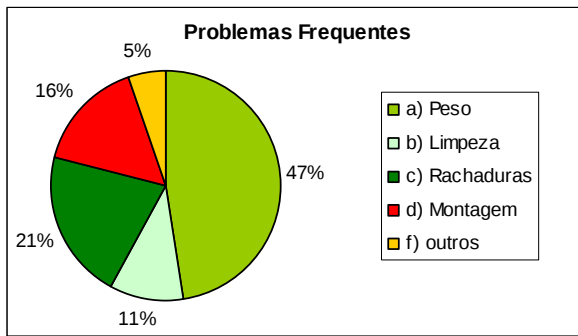


Classe A

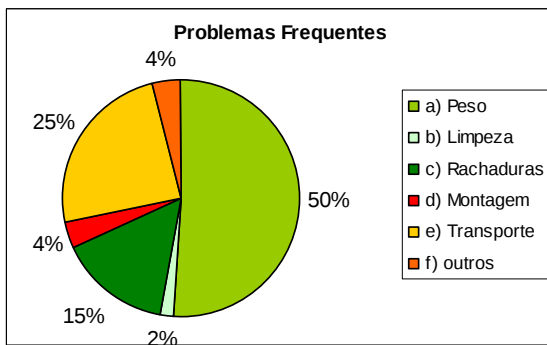


Classe D

17. Quais os problemas mais frequentes nos móveis locais/regionais?

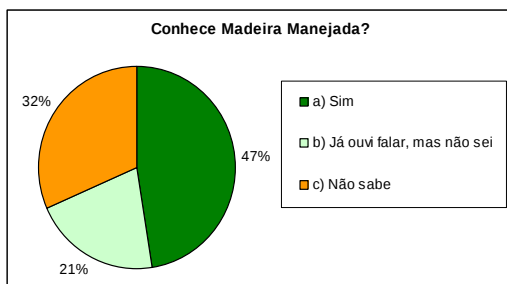


Classe A

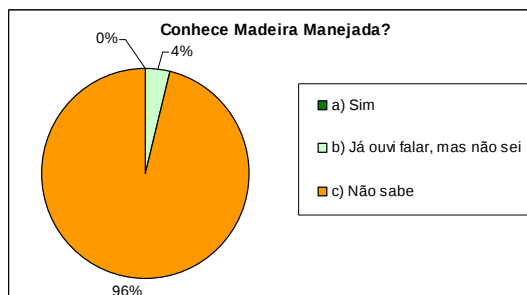


Classe D

18. Você sabe o que é madeira manejada?

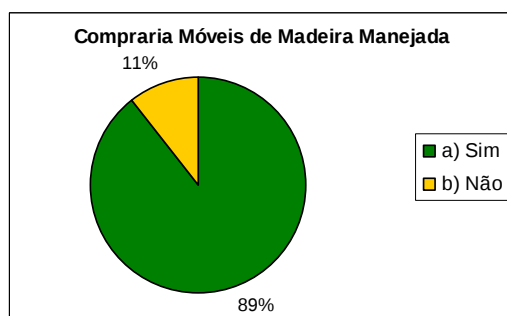


Classe A

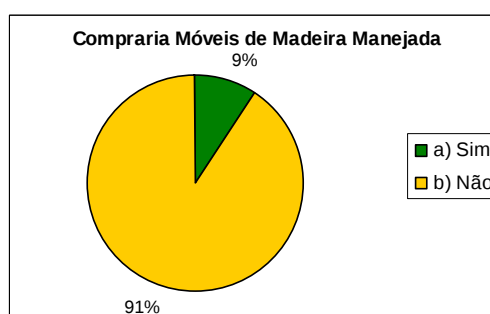


Classe D

19. Você compraria móveis produzidos na região, feitos a partir de madeira manejada?

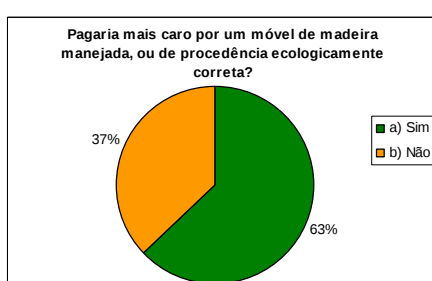


Classe A

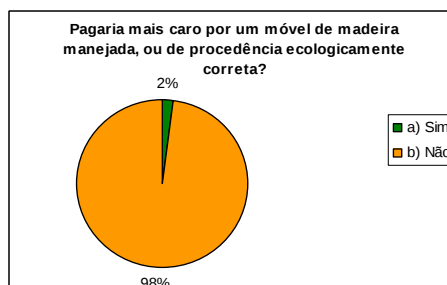


Classe D

20. Você pagaria mais caro para obter um móvel de madeira manejada, ou de procedência ecologicamente correta ?



Classe A



Classe D

ANEXO 07 – Tabelas da Pesquisa de Demanda Potencial

Classificação Sócio-Econômica- Classe A

Indicadores de Demanda Potencial	
1. Quantas famílias moram na residência?	
1	12
2	5
3	1
4 e mais	1

2. Qual o número de pessoas que moram na residência?	
1	0
2	1
3	4
4	6
5	1
6	4
7	1
8	2

3. Na residência o que mais usam para dormir?	
a) A maioria dos moradores dorme na rede	1
b) A maioria dos moradores dorme na cama	18
c) É mais ou menos equilibrado (metade na cama e metade na rede)	0
d) A maioria dorme em outros meios (colchonetes, sofá, etc.)	

4. Acha que NECESSITA comprar algum móvel para casa ?	
a)Sim, e está pensando em comprar em breve	5
b)Sim, pretende comprar, futuramente	8
c)Sim, mas não sabe quando comprará	4
d)Não pretende comprar	2

5. Caso positivo, QUAL SERIA, E QUAL O MATERIAL preferido do móvel ?		
Movel	Móveis em Madeira	Outro Material (Madeira, plástico)
a - Armário de cozinha	2	1
b - Berço	2	0
d - Cama de casal	1	0
e - Cama de solteiro	7	0
f - Cômoda (gaveteiro)	6	0
g - Estante	2	0
h - Guarda-roupa	6	0
i - Jogo de piscina	3	2
j - Mesa	2	0
k - Jogo - Sala de Jantar	1	2

m - Outro:	1	1
------------	---	---

6. Que fator é O MAIS IMPORTANTE na hora de comprar um móvel ? (escolher apenas uma alternativa)	
a) O Preço baixo	2
b) A Durabilidade do móvel	9
c) O Design do móvel	8

7. Com que frequência você troca seus móveis?	
a) Apenas quando quebra, empena ou descola	2
b) Quando muda a decoração da casa	10
c) Quando encontra uma boa oferta.	3
d) Outros	4

8. Você possui móveis de madeira em casa?	
Sim	19
Não	0

9. Se hoje fosse comprar um móvel de madeira para sua residência, ONDE PREFERIRIA COMPRAR ?	
a -Nas grandes lojas de utilidades domésticas	5
b - Nas pequenas lojas do bairro que têm fabricação própria	0
c - Compraria sob encomenda, de marceneiro	1
d- Compraria sob encomenda, de loja especializada em decoração de ambientes	11
e- Não tem preferência quanto ao tipo de fornecedor	2

10. Hoje compraria algum móvel de MADEIRA feito no mercado local/regional ?	
a - Sim, feito por marceneiro local/regional (encomendado)	4
b -Sim, feito por empresa local/regional (já pronto ou encomendado)	9
c - Sim, feito por qualquer fabricante local/regional	3
d - Não compraria móvel feito na região	3

11. Caso POSITIVO, qual móvel seria ?	
a) Armário de cozinha	3
b) Berço	2
c) Cadeira comum	0

d) Cama de casal	2
e) Cama de solteiro	6
f) Cômoda (gaveteiro)	4
g) Estante	3
h) Guarda-roupa	5
i) Jogo de piscina	4
j) Mesa	4
k) Conjunto . sala de jantar	0
l) Sofá	3
m) Outro:	0

12. Caso NEGATIVO, qual o motivo principal ?	
a - () Móvel local/regional não tem qualidade (entorta, abre, pesa demais, etc.)	3
b - () Móvel local/regional é caro	0
c - () Móvel local/regional é feio (design e acabamento ruins)	2
d - () Móvel local/regional não tem pagamento facilitado	0
e - () Marceneiros enganam os clientes	0
f - () Móvel local/regional demora para ficar pronto	0
g - () Outro motivo:	0

13. Sobre esse móvel de madeira, quanto ao material seria?	
a) Madeira Maçica	10
b) Aglomerado	4
c) Indiferente	5

14. Quanto ao tipo de Madeira?	
a) Clara	4
b) Escura	6
c) Rajada	1
d) Coloridas - Marchatadas	3
e) Lisa	3
f) Indiferente	2

15. Quanto ao acabamento da madeira, qual a preferência?	
a) Brilhoso	5
b) Fosco	9
c) Pintado	2
d) Indiferente	3

16. Quanto ao estilo do móvel:	
a) Rústico	3
b) Contemporâneo	11

c) Tradicional	3
Indiferente	2

17. Quais os problemas mais frequentes nos móveis locais/regionais?	
a) Peso	9
b) Limpeza	2
c) Rachaduras	4
d) Montagem	3
f) outros	1

18. Você sabe o que é madeira Manejada?	
a) Sim	9
b) Já ouvi falar, mas não sei	4
c) Não sabe	6

19. Você compraria móveis produzidos na região, feitos a partir de madeira manejada?	
a) Sim	17
b) Não	2

20. Você pagaria mais caro para obter um móvel de madeira manejada, ou de procedência ecologicamente correta?	
a) Sim	12
b) Não	7

Classificação Sócio-Econômica – Classe B

Indicadores de Demanda Potencial

1. Quantas famílias moram na residência?	
1	131
2	17
3	3
4 e mais	3

2. Qual o número de pessoas que moram na residência?	
1	5
2	31
3	38
4	44
5	10
6	15
7	8
10	2
11	1

3. Na residência o que mais usam para dormir?	
a) A maioria dos moradores dorme na rede	1
b) A maioria dos moradores dorme na cama	141
c) É mais ou menos equilibrado (metade na cama e metade na rede)	9
d) A maioria dorme em outros meios (colchonetes, sofá, etc.)	3

4. Acha que NECESSITA comprar algum móvel para casa ?	
a)Sim, e está pensando em comprar em breve	20
b)Sim, pretende comprar, futuramente	34
c)Sim, mas não sabe quando comprará	38
d)Não pretende comprar	62

5. Caso positivo, QUAL SERIA, E QUAL O MATERIAL preferido do móvel ?		
Movel	Móveis em Madeira	Outro Material (Madeira, plástico)
a - Armário de cozinha	14	2
b - Berço	2	1
c- cadeira comum	7	1
d - Cama de casal	15	3
e - Cama de solteiro	14	1
f - Cômoda (gaveteiro)	11	1
g - Estante	17	2
h - Guarda-roupa	21	4
i - Jogo de piscina	5	3
j - Mesa	1	1
k - Jogo - Sala de Jantar	13	2
l- sofá	9	3
m - Outro:	10	0

6. Que fator é O MAIS IMPORTANTE na hora de comprar um móvel ? (escolher apenas uma alternativa)	
a) O Preço baixo	25
b) A Durabilidade do móvel	66
c) O Design do móvel	43
d) A Facilidade de pagamento	20

7. Com que frequência você troca seus móveis?	
a) Apenas quando quebra, empena ou descola	61
b) Quando muda a decoração da casa	35
c) Quando encontra uma boa oferta.	50
d) Outros	8

8. Você possui móveis de madeira em casa?	
Sim	148
Não	6

9. Se hoje fosse comprar um móvel de madeira para sua residência, ONDE PREFERIRIA COMPRAR ?	
a - () Nas grandes lojas de utilidades domésticas	53

b - () Nas pequenas lojas do bairro que têm fabricação própria	9
c - () Compraria sob encomenda, de marceneiro	16
d- () Compraria sob encomenda, de loja especializada em decoração de ambientes	53
e- () Não tem preferência quanto ao tipo de fornecedor	23

10. Hoje compraria algum móvel de MADEIRA feito no mercado local/regional ?	
a - () Sim, feito por marceneiro local/regional (encomendado)	50
b - () Sim, feito por empresa local/regional (já pronto ou encomendado)	63
c - () Sim, feito por qualquer fabricante local/regional	30
d - () Não compraria móvel feito na região	11

11. Caso POSITIVO, qual móvel seria ?	
a) Armário de cozinha	21
b) Berço	2
c) Cadeira comum	9
d) Cama de casal	23
e) Cama de solteiro	14
f) Cômoda (gaveteiro)	13
g) Estante	24
h) Guarda-roupa	27
i) Jogo de piscina	6
j) Mesa	24
k) Conjunto . sala de jantar	11
l) Sofá	13
m) Outro:	18

12. Caso NEGATIVO, qual o motivo principal ?	
a - () Móvel local/regional não tem qualidade (entorta, abre, pesa demais, etc.)	4
b - () Móvel local/regional é caro	0
c - () Móvel local/regional é feio (design e acabamento ruins)	2
d - () Móvel local/regional não tem pagamento facilitado	3

e - () Marceneiros enganam os clientes	1
f - () Móvel local/regional demora para ficar pronto	1
g - () Outro motivo:	0

13. Sobre esse móvel de madeira, quanto ao material seria?	
a) Madeira Maçica	130
b) Aglomerado	17
c) Indiferente	7

14. Quanto ao tipo de Madeira?	
a) Clara	49
b) Escura	46
c) Rajada	9
d) Coloridas - Marchatadas	8
e) Lisa	25
f) Indiferente	17

15. Quanto ao acabamento da madeira, qual a preferência?	
a) Brilhoso	79
b) Fosco	47
c) Pintado	18
d) Indiferente	10

16. Quanto ao estilo do móvel:	
a) Rústico	17
b) Contemporâneo	102
c) Tradicional	25
d) Indiferente	10

17. Quais os problemas mais frequentes nos móveis locais/regionais?	
a) Peso	65
b) Limpeza	12
c) Rachaduras	34
d) Montagem	10
e) Transporte	22
f) outros	11

18. Você sabe o que é madeira Manejada?	
a) Sim	42
b) Já ouvi falar, mas não sei	58
c) Não sabe	54

19. Você compraria móveis produzidos na região, feitos a partir de madeira manejada?	
a) Sim	99
b) Não	55

20. Você pagaria mais caro para obter um móvel de madeira manejada, ou de procedência ecologicamente correta?	
a) Sim	59
b) Não	95

Classificação Sócio-Econômica – Classe C

Indicadores de Demanda Potencial

1. Quantas famílias moram na residência?	
1	157
2	19
3	0
4 e mais	2

2. Qual o número de pessoas que moram na residência?	
1	21
2	42
3	65
4	6
5	33
6	5
7	5
10	1
11	0

3. Na residência o que mais usam para dormir?	
a) A maioria dos moradores dorme na rede	4
b) A maioria dos moradores dorme na cama	141
c) É mais ou menos equilibrado (metade na cama e metade na rede)	19
d) A maioria dorme em outros meios (colchonetes, sofá, etc.)	14

4. Acha que NECESSITA comprar algum móvel para casa ?	
a)Sim, e está pensando em comprar em breve	21
b)Sim, pretende comprar, futuramente	26
c)Sim, mas não sabe quando comprará	23
d)Não pretende comprar	108

5. Caso positivo, QUAL SERIA, E QUAL O MATERIAL preferido do móvel ?		
Movel	Móveis em Madeira	Outro Material (Madeira, plástico)
a - Armário de cozinha	9	1
b - Berço	9	1
c - Cadeira comum	4	1
d - Cama de casal	17	1
e - Cama de solteiro	7	2
f - Cômoda (gaveteiro)	6	2
g - Estante	14	2

h - Guarda-roupa	22	2
i - Jogo de piscina	1	1
j - Mesa	5	3
k - Jogo - Sala de Jantar	9	1
l - sofa	5	0
m - Outro:	4	

6. Que fator é O MAIS IMPORTANTE na hora de comprar um móvel ? (escolher apenas uma alternativa)

a) O Preço baixo	70
b) A Durabilidade do móvel	40
c) O Design do móvel	13
d) A Facilidade de pagamento	55

7. Com que frequência você troca seus móveis?

a) Apenas quando quebra, empena ou descola	137
b) Quando muda a decoração da casa	4
c) Quando encontra uma boa oferta.	34
d) Outros	3

8. Você possui móveis de madeira em casa?

Sim	166
Não	7

9. Se hoje fosse comprar um móvel de madeira para sua residência, ONDE PREFERIRIA COMPRAR ?

a - () Nas grandes lojas de utilidades domésticas	103
b - () Nas pequenas lojas do bairro que têm fabricação própria	5
c - () Compraria sob encomenda, de marceneiro	22
d- () Compraria sob encomenda, de loja especializada em decoração de ambientes	7
e- () Não tem preferência quanto ao tipo de fornecedor	41

10. Hoje compraria algum móvel de MADEIRA feito no mercado local/regional ?

a - () Sim, feito por marceneiro local/regional (encomendado)	38
b - () Sim, feito por empresa local/regional (já pronto ou encomendado)	47
c - () Sim, feito por qualquer fabricante local/regional	72
d - () Não compraria móvel feito na região	21

11. Caso POSITIVO, qual móvel seria ?	
a) Armário de cozinha	20
b) Berço	9
c) Cadeira comum	4
d) Cama de casal	40
e) Cama de solteiro	21
f) Cômoda (gaveteiro)	15
g) Estante	17
h) Guarda-roupa	51
i) Jogo de piscina	0
j) Mesa	20
k) Conjunto . sala de jantar	3
l) Sofá	12
m) Outro:	5

12. Caso NEGATIVO, qual o motivo principal ?	
a - () Móvel local/regional não tem qualidade (entorta, abre, pesa demais, etc.)	4
b - () Móvel local/regional é caro	11
c - () Móvel local/regional é feio (design e acabamento ruins)	9
d - () Móvel local/regional não tem pagamento facilitado	9
e - () Marceneiros enganam os clientes	2
f - () Móvel local/regional demora para ficar pronto	5
g - () Outro motivo:	1

13. Sobre esse móvel de madeira, quanto ao material seria?	
a) Madeira Maçica	98
b) Aglomerado	52
c) Indiferente	28

14. Quanto ao tipo de Madeira?	
a) Clara	58
b) Escura	64
c) Rajada	10
d) Coloridas - Marchatadas	4
e) Lisa	26
f) Indiferente	16

15. Quanto ao acabamento da madeira, qual a preferência?	
a) Brilhoso	97
b) Fosco	60

c) Pintado	6
d) Indiferente	15

16. Quanto ao estilo do móvel:	
a) Rústico	8
b) Contemporâneo	64
c) Tradicional	90
Indiferente	16

17. Quais os problemas mais frequentes nos móveis locais/regionais?	
a) Peso	70
b) Limpeza	2
c) Rachaduras	40
d) Montagem	5
e) Transporte	54
f) outros	7

18. Você sabe o que é madeira Manejada?	
a) Sim	22
b) Já ouvi falar, mas não sei	24
c) Não sabe	132

19. Você compraria móveis produzidos na região, feitos a partir de madeira manejada?	
a) Sim	48
b) Não	130

20. Você pagaria mais caro para obter um móvel de madeira manejada, ou de procedência ecologicamente correta?	
a) Sim	29
b) Não	149

Classificação Sócio-Econômica – Classe D

Indicadores de Demanda Potencial

1. Quantas famílias moram na residência?	
1	44
2	7
3	1
4 e mais	1

2. Qual o número de pessoas que moram na residência?	
de 1 a 2	6
3	16
4	15

5	5
6	6
7 ou mais	5

3. Na residência o que mais usam para dormir?	
a) A maioria dos moradores dorme na rede	1
b) A maioria dos moradores dorme na cama	33
c) É mais ou menos equilibrado (metade na cama e metade na rede)	16
d) A maioria dorme em outros meios (colchonetes, sofá, etc.)	3

4. Acha que NECESSITA comprar algum móvel para casa ?	
a)Sim, e está pensando em comprar em breve	3
b)Sim, pretende comprar, futuramente	4
c)Sim, mas não sabe quando comprará	10
d)Não pretende comprar	36

5. Caso positivo, QUAL SERIA, E QUAL O MATERIAL preferido do móvel ?		
Movel	Móveis em Madeira	Outro Material (, plástico)
a - Armário de cozinha	4	0
b - Berço	6	0
d - Cama de casal	6	0
e - Cama de solteiro	12	0
f - Cômoda (gaveteiro)	4	0
g - Estante	0	2
h - Guarda-roupa	8	2
k - Jogo - Sala de Jantar	2	0

6. Que fator é O MAIS IMPORTANTE na hora de comprar um móvel ? (escolher apenas uma alternativa)	
a) O Preço baixo	33
b) A Durabilidade do móvel	2
d) A Facilidade de pagamento	18
	53

7. Com que frequência você troca seus móveis?	
a) Apenas quando quebra, empena ou descola	39
b) Quando muda a decoração da casa	0
c) Quando encontra uma boa oferta.	11
d) Outros	3

8. Você possui móveis de madeira em casa?	
Sim	51
Não	2

9. Se hoje fosse comprar um móvel de madeira para sua residência, ONDE PREFERIRIA COMPRAR ?	
a - () Nas grandes lojas de utilidades domésticas	
b - () Nas pequenas lojas do bairro que têm fabricação própria	45
c - () Compraria sob encomenda, de marceneiro	1

d- () Compraria sob encomenda, de loja especializada em decoração de ambientes	0
e- () Não tem preferência quanto ao tipo de fornecedor	0

10. Hoje compraria algum móvel de MADEIRA feito no mercado local/regional ?	
a - () Sim, feito por marceneiro local/regional (encomendado)	3
b - () Sim, feito por empresa local/regional (já pronto ou encomendado)	11
c - () Sim, feito por qualquer fabricante local/regional	34
d - () Não compraria móvel feito na região	5

11. Caso POSITIVO, qual móvel seria ?	
a) Armário de cozinha	7
b) Berço	3
c) Cadeira comum	0
d) Cama de casal	6
e) Cama de solteiro	12
f) Cômoda (gaveteiro)	7
g) Estante	1
h) Guarda-roupa	5
i) Jogo de piscina	0
j) Mesa	5
k) Conjunto . sala de jantar	0
l) Sofá	3
m) Outro:	2

12. Caso NEGATIVO, qual o motivo principal ?	
a - () Móvel local/regional não tem qualidade (entorta, abre, pesa demais, etc.)	2
b - () Móvel local/regional é caro	1
c - () Móvel local/regional é feio (design e acabamento ruins)	0
d - () Móvel local/regional não tem pagamento facilitado	3
e - () Marceneiros enganam os clientes	0
f - () Móvel local/regional demora para ficar pronto	0
g - () Outro motivo:	0

13. Sobre esse móvel de madeira, quanto ao material seria?	
a) Madeira Maçica	29
b) Aglomerado	17
c) Indiferente	7

14. Quanto ao tipo de Madeira?	
a) Clara	11
b) Escura	18
c) Rajada	3
d) Coloridas - Marchatadas	0
e) Lisa	14
f) Indiferente	7

15. Quanto ao acabamento da madeira, qual a preferência?	
a) Brilhoso	23
b) Fosco	22
c) Pintado	2
d) Indiferente	6

16. Quanto ao estilo do móvel:	
a) Rústico	1
b) Contemporâneo	12
c) Tradicional	35
Indiferente	5

17. Quais os problemas mais frequentes nos móveis locais/regionais?	
a) Peso	27
b) Limpeza	1
c) Rachaduras	8
d) Montagem	2
e) Transporte	13
f) outros	2

18. Você sabe o que é madeira Manejada?	
a) Sim	0
b) Já ouvi falar, mas não sei	2
c) Não sabe	51

19. Você compraria móveis produzidos na região, feitos a partir de madeira manejada?	
a) Sim	5
b) Não	48

20. Você pagaria mais caro para obter um móvel de madeira manejada, ou de procedência ecologicamente correta?	
a) Sim	1
b) Não	52

ANEXO 08 – Tabelas da Pesquisa de Oferta

PESQUISA SOBRE A OFERTA DE MOBILIÁRIO RESIDENCIAL

II - Perfil da Empresa – Pequenas Lojas

1. Quantas lojas no mercado local possui o grupo empreendedor?	
1	23
2	5
3	3

2. Além do Estado do Amazonas, o grupo possui lojas em outras Unidades da Federação?	
Sim	1
Não	30

3. Há quanto tempo o grupo atua no mercado local?	
a) Até 1 ano	1
b) mais de 1 a 2 anos	0
c) mais de 2 a 5 anos	13
d) mais de 5 a 10 anos	6
e) mais de 10 anos	6

III - Oferta de Mobiliário Residencial

4. Qual o total de móveis de madeira expostos à venda na loja?	
a) até 5	3
b) mais de 5 a 10	11
c) mais de 10 a 20	9
d) mais de 20 a 30	6
e) mais de 30	4

5. Do total de móveis de madeira expostos para venda na loja, quantos são de fabricação local/regional?	
a) 0	4
e) 4	1
f) 5	2
g) 6	1
i) 8	1
k) 10	9
l) 10 a 15	5
m) + de 15	7

6. A empresa comercializa móveis:	
a) Prontos	19
c) Prontos e por encomenda	21

7. Quais as formas de comercialização de móveis utilizadas pela empresa	
b) Somente à vista, em dinheiro ou cartão de crédito / débito	10
c) Somente à vista, em dinheiro, cartão de crédito/débito ou cheque	8
d) Parcelada ou à vista	11

8. A empresa teria interesse em comercializar móveis de madeira de produção local/ regional, feitos por terceiros?	
a) Sim	27
b) Não	2

9. Caso negativo, qual o principal motivo?	
a) Móvel regional não tem qualidade	1
c) Já tentou mas não deu certo	1
g) A produção e a entrega são irregulares	1
h) outros	1

10 Preços de alguns móveis de madeira em exposição na loja:		
Móveis de madeira	Menor Preço	Maior Preço
Cama de casal	R\$ 299,00	R\$ 6.900,00
Cama de solteiro	R\$ 228,00	R\$ 2.000,00
Guarda-roupa	R\$ 260,00	R\$ 2.300,00
Mesa com cadeiras (tipo sala de jantar)	R\$ 329,00	R\$ 14.000,00

PESQUISA SOBRE A OFERTA DE MOBILIÁRIO RESIDENCIAL NO MERCADO DE MANAUS

II - Perfil da Empresa – Grandes Lojas

1. Quantas lojas no mercado local possui o grupo empreendedor?	
1	1
2	1
3	2
mais de 6	6

2. Além do Estado do Amazonas, o grupo possui lojas em outras Unidades da Federação?	
Sim	3
Não	7

3. Há quanto tempo o grupo atua no mercado local?	
a) Até 1 ano	
b) mais de 1 a 2 anos	0
c) mais de 2 a 5 anos	2
d) mais de 5 a 10 anos	2
e) mais de 10 anos	6

III - Oferta de Mobiliário Residencial

4. Qual o total de móveis de madeira expostos à venda na loja?	
a) até 5	2
c) mais de 10 a 20	1
d) mais de 20 a 30	4
e) mais de 30	3

5. Do total de móveis de madeira expostos para venda na loja, quantos são de fabricação local/regional?	
a) 0	8
b) 1 a 4	0
f) 5 a 10	2

6. A empresa comercializa móveis:	
a) Prontos	10
b) Por encomenda	0
c) Prontos e por encomenda	0

7. Quais as formas de comercialização de móveis utilizadas pela empresa	
a) Somente à vista, em dinheiro	0
b) Somente à vista, em dinheiro ou cartão de crédito / débito	0

c) Somente à vista, em dinheiro, cartão de crédito/débito ou cheque	0
d) Parcelada ou à vista	10

8. A empresa teria interesse em comercializar móveis de madeira de produção local/regional, feitos por terceiros?

a) Sim	4
b) Não	6

9. Caso negativo, qual o principal motivo?

a) Móvel regional não tem qualidade	1
d) Não tentou e nem quer tentar	1
e) Não é o foco da empresa	4
g) A produção e a entrega são irregulares	1

10 Preços de alguns móveis de madeira em exposição na loja:

Móveis de madeira	Menor Preço	Maior Preço
Cama de casal	R\$ 299,00	R\$ 6.900,00
Cama de solteiro	R\$ 228,00	R\$ 2.000,00
Guarda-roupa	R\$ 260,00	R\$ 2.300,00
Mesa com cadeiras (tipo sala de jantar)	R\$ 329,00	R\$ 14.000,00

