

## LOGÍSTICA DE INTERIORES: A NOVA VISÃO DA ORGANIZAÇÃO

Adriana Fiúza Rodrigues de Medeiros\*  
Ana Vlória Cabral Sobral\*\*

### RESUMO

O Designer de Interiores utiliza sua formação técnica ou superior, em Design de Interiores ou Arquitetura e sua experiência para realizar projetos adequados às necessidades do usuário e que resolvam de forma criativa os problemas de seu habitat e proporcionem melhoria no padrão social e estético. Esse trabalho tem como objetivo geral analisar a cultura da Logística de Interiores com um estilo próprio de organização, desenvolvendo competências e habilidades empreendedoras. Os objetivos específicos são: identificar a importância do 5S para o profissional de Logística de Interiores; identificar as características relevantes para a ativação do comportamento do profissional de Logística de Interiores; analisar o marketing de relacionamento como importante para a fidelização do cliente. A pesquisa é um estudo exploratório e descritivo, de natureza qualitativa, apresentando um estudo de caso. Foi realizada uma extensa pesquisa bibliográfica para a elaboração de referencial teórico. O universo da pesquisa foi formado por 20 profissionais ligados às áreas de arquitetura, decoração e pessoas que já utilizam os serviços de Logística de Interiores. Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário estruturado, contendo 13 perguntas abertas e fechadas, para saber a necessidade de cada cliente. Concluiu-se que um projeto de logística de interiores é uma atividade extremamente dinâmica, que varia muito com as tendências buscadas pela clientela. Sempre haverá uma concorrência empolgada no início de produção de um novo projeto e sua posterior entrega ao cliente.

**Palavras chave:** Logística de interiores. Organização. Assessoria.

### Biografia

\* Administradora – Faculdade  
Christus – Fortaleza - CE

\*\*Profª. da Faculdade  
Christus – Fortaleza - CE.

Doutora em Engenharia  
e Ciência de Materiais –  
UFSC. E-mail: [avladia@secrel.com.br](mailto:avladia@secrel.com.br).

## ABSTRACT

The interior designer uses his technical or higher training in architecture or interior design and his experience to develop projects which are appropriate to the users and solve living problems in creative way and provide living improvements in social and aesthetic patterns. This study aims to examine the interior logistics culture in its own organizing style, developing skills and entrepreneur abilities. The specific objectives are: identifying the importance of 5S for the interior logistic professional, identifying relevant characteristics to activate the interior logistic professional's behavior, and analyzing the relationship marketing as important to the customer's loyalty. The research is an exploratory and descriptive study with qualitative nature, presenting a study case. An extensive bibliographic search was performed in order to develop a theoretical framework. The research universe consists of 20 professionals related to architecture and decoration areas and people who already use the interior logistics services. A structured questionnaire containing 13 open and closed questions was used as an instrument of data collection to verify each clients needs. It was concluded that the interior logistics project activity is extremely dynamic, which varies with the trends sought by customers. There will always be an exciting competition from the beginning of a new project production to its subsequent delivery to the customer.

**Key words:** Interior logistics. Organization. Advice.

# 1 INTRODUÇÃO

A língua grega tem duas palavras ligadas à noção de tempo: *chronos* e *kairos*. Para a pessoa *chronos*, tempo, tem a ver apenas com horários, atrasos, prazos e duração de eventos e atividades, enquanto para a pessoa *kairos*, tempo tem a ver com valores e qualidade em seu uso.

Warren Bennis, em seu livro *A Invenção de uma Vida* (1997), define que os líderes, gestores, enfim aqueles que são responsáveis por resultados no mundo contemporâneo estão postos diante de quatro exigências essenciais:

- gerenciamento da atenção, onde existe a necessidade de perceber todos os fenômenos que se passam a sua volta, no sentido de usufruir todo e qualquer benefício que surja, e contribuir para um padrão de qualidade em seu próprio cenário;
- gerenciamento do significado, onde o foco é a qualidade das mensagens que emite e recebe; dar sentido ao que diz perceber sentido no que ouve, ler e cobrar sentido quando entender que a mensagem está vazia;
- gerenciamento da confiança, para que as pessoas que se envolvem com ele sintam-se seguras e possam escolher seus próprios caminhos, já que sua presença significa consistência;
- gerenciamento de si próprio, já que, como líder, ele é modelo, vai ser seguido e, portanto deve mostrar perfil qualitativo digno de ser copiado.

Entender sua importância no cenário, entender sua importância junto aos que o seguem, formalmente ou não, entender que cada gesto seu, cada ação sua tem impacto sobre outros ou sobre situações fora de seu contexto, exigindo um padrão de conduta e estilo consistente, faz parte do homem produtivo contemporâneo. Isto vai trazer qualidade, isto vai fazer deste profissional um novo homem, sua organização pessoal vai lhe trazer crescimento.

Com a vida cada vez mais corrida, as pessoas que trabalham na área de Logística de Interiores fazem muito sucesso diante das pessoas que não têm muito tempo para se dedicar aos serviços domésticos, ou não têm essa aptidão. Elas estão preparadas para qualquer tipo de arrumação em bibliotecas, armários e *closets*. O importante é fazer a arrumação de acordo com o perfil do cliente.

O sucesso de um sistema de organização pessoal não deve se limitar a regras do tipo “receita pronta”, pois as pessoas são diferentes, possuem fatores comportamentais que facilitam ou prejudicam a obtenção de um método. Um método eficaz para organização pessoal deve estimular as pessoas a partirem de

si mesmas, ao invés de seguirem um sistema padronizado. Há pessoas que lidam muito bem com a padronização e outras definitivamente não se dão bem com elas.

## 2 LOGÍSTICA DE INTERIORES

Segundo Alvarenga e Novaes (2000), a entrada de um novo século tem levado a humanidade a refletir sobre um mundo de inevitáveis e rápidas transformações. Jovem como área profissional, a Logística de Interiores vem ampliando cada vez mais seu universo de atuação, sem muitas regras ou tendências bem definidas, mas sempre pretendendo produzir algo mais durável, ora oferecendo objetos, peças e espaços organizados e harmoniosos, ora contrastando o suave com o agressivo.

De acordo com Kobayashi (2000), a definição das competências do profissional em Logística de Interiores é vista quase sempre como o profissional que trabalha o mais próximo possível do cotidiano das pessoas, procurando criar espaços organizados e úteis.

A essência da área profissional de Logística de Interiores é a concepção e a execução de projetos com perfeita integração e organização dos materiais. Segundo Schlenger e Roesch (1992), “[...] as pessoas sabem disso, e análises de pesquisas mostram que quanto mais tempo (se) dedica ao planejamento, menor será o tempo global necessário para completar um trabalho”. Para este equilíbrio, alguns fatores devem ser considerados: conhecimento técnico, arte, prazer e gosto pela organização. A técnica é definida pela organização e construção. A arte define-se na harmonia visual, na definição das posições e na organização dos ambientes. Portanto, o êxito do projeto está centrado na capacidade criativa, bem como no prazer e gosto pela organização, inseridos no projeto com flexibilidade e, ao mesmo tempo, com disciplina. Seu efeito deverá determinar o impacto final da composição.

Para Schlenger e Roesch (1992), desde as últimas décadas, tem havido uma imensurável aceleração do processo de desenvolvimento, particularmente nas áreas científica, técnica e tecnológica, exigindo uma corrida vertiginosa por conhecimentos e um significativo esforço de adaptação às mudanças do mundo moderno. Essa aceleração vem determinando uma necessidade de intensificação das relações humanas, de diversificação de atividades, de busca do conforto, do prazer e do funcional, na perspectiva de melhor qualidade de vida.

As inúmeras ofertas de novos objetos e projetos estão mudando o mercado. Com o aumento do ritmo, as atividades se ampliam em várias direções e as rápidas mudanças atingem segmentos novos e cada vez mais promissores, influenciados

por essa diversidade. A busca da funcionalidade e da utilidade é fundamental nesse processo. O conforto, a modernidade e a estética são palavras-chave para quem deseja vencer o estigma dos modismos que invade o mundo globalizado. As pessoas poderão intervir e produzir usando seus conhecimentos e criatividade, introduzindo, absorvendo e aprofundando os conceitos e valores dessa nova cultura (ALVARENGA; NOVAES, 2000).

Kobayashi (2000) afirma que o mercado de Logística de Interiores pode-se constatar que, na busca pela funcionalidade, as pessoas estão sentindo a necessidade de modernizar seu conforto ambiental e promover a reengenharia de suas atividades diárias, visando melhorar a eficiência e a organização. As pessoas, de um modo geral, estão avaliando métodos alternativos para redução de custos e aproveitamento de espaços. Este comportamento estimula a necessidade de aprimoramento da eficiência do espaço utilizado nos diversos setores da empresa, proporcionando benefícios mais abrangentes, oferecendo aos trabalhadores e clientes um ambiente mais funcional, harmonioso, saudável e belo.

O “designer”<sup>1</sup> trabalha apoiado em pesquisas de mercado, ou nas necessidades individuais dos clientes, nacional e internacional, no intuito de criar estilos e modelos próprios, resolvendo com criatividade os problemas relacionados à funcionalidade e à qualidade no processo de organização. Organiza armários e espaços que dêem prazer aos sentidos, buscando uma organização racional dos objetos e ambientes. No desenvolvimento do seu trabalho, o profissional de Logística de Interiores planeja, organiza e executa o projeto, que contém elementos organizacionais e funcionais. Sua produção compreende planos e projetos. Dependendo da complexidade da escala, o projeto é executado multidisciplinarmente, envolvendo a colaboração de arquitetos, artistas plásticos e outros (SCHLENGER; ROESCH, 1992).

### 3 O PROGRAMA “5S” COMO REFERÊNCIA DE ORGANIZAÇÃO

O *Programa 5S* surgiu a partir de maio de 1950 quando a equipe do professor Kaoru Ishikawa lançou um método de combate aos desperdícios e eliminação de perdas, visando otimizar os poucos recursos existentes em um país destruído pela guerra. Este método, que mexeu com o moral dos japoneses, foi chamado de *5S* sendo composto de cinco ações ou *Sensos*, que começam com a letra

1 Designer é o profissional habilitado a efetuar atividades relacionadas ao design. Normalmente o termo é considerado sinônimo de Desenhista industrial, Programador visual ou ainda de projetista.

“S” quando pronunciados em japonês. Os cinco Sentos deste método são: Seleção, Ordenação, Limpeza, Bem Estar e Autodisciplina (HIRANO, 1994).

No final da década de sessenta, o Japão, uma das maiores potências do mundo, passou a adotar o estilo TQC (*Total Quality Control*), ou seja, qualidade total, ou *House Keeping* - cuidar da casa. Grandes empresas do primeiro mundo passaram adotar este estilo, e hoje, empresas e famílias utilizam em seus escritórios ou residências, com sucesso (FALCONI, 1992).

Segundo Gomes [1995], no Brasil, esse grupo técnico ficou conhecido como 5 s, que são: *SEIRI*, *SEITON*, *SEISO*, *SEIKETSU*, *SHITSUKE*, onde:

*SEIRI*: Senso de organização, utilização, liberação da área

*SEITON*: Senso de ordem, arrumação

*SEISO*: Senso de limpeza

*SEIKETSU*: Senso de padronização, asseio, saúde

Os fatores determinantes para a análise dos sujeitos possuem como base o destaque os fatores que influenciam a cultura da logística de interiores com um estilo próprio de organização.

## 2 METODOLOGIA

De acordo com Gil (2001), método é a ordem que se deve impor aos diferentes processos necessários para atingir um fim dado ou um resultado desejado. Nas ciências, entende-se por método o conjunto de processos que o espírito humano deve empregar na investigação e demonstração da verdade. A seguir, serão apresentadas as especificações metodológicas utilizadas para a realização da pesquisa.

### 2.1 AMBIENTE DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada, em Fortaleza-Ce, com profissionais das áreas de arquitetura, decoradores e designers que trabalham em escritórios próprios, para obtenção dos resultados do questionário aplicado.

### 2.2 NATUREZA DA PESQUISA

A pesquisa é um estudo exploratório e descritivo, de natureza qualitativa, apresentando um estudo de caso.

O estudo exploratório tem como objetivo proporcionar maior familiaridade

com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a considerações dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. “O planejamento da pesquisa exploratória é bastante flexível, mas na maioria dos casos assume a forma de pesquisa bibliográfica ou de estudo de caso” (GIL, 2001, p. 46).

O estudo de caso, por sua vez, é realizado com um único “sujeito” (que pode se constituir de uma pessoa, uma empresa, uma cidade, um evento e outros). Embora frequentemente exista a pressuposição de que este “sujeito” único possa ser considerado tópico, dificilmente os resultados obtidos a partir desse tipo de estudo podem ser generalizados.

Por outro lado, uma característica positiva do “estudo de caso” é a profundidade da “análise” que pode ser realizada. Para Yin (2001, p. 32): “[...] um estudo de caso” é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. A escolha do caso deve estar baseada em justificativas solidamente estabelecidas e o processo de “coleta de dados” deve lançar mão de múltiplas estratégias.

## 2.3 TIPO DE PESQUISA

O estudo contou com uma pesquisa descritiva que, segundo Martins (2000, p. 36) “[...] é a pesquisa que tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno, bem como o estabelecimento de relações entre variáveis e fatos”.

As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título. Uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário.

As pesquisas descritivas são juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática.

A princípio foi realizada uma extensa bibliográfica para a elaboração de referencial teórico e com isso a fundamentação do trabalho proposto.

## 2.4 UNIVERSO DA AMOSTRA

O universo da pesquisa foi formado por 20 profissionais ligados às áreas de arquitetura, decoração e pessoas que já utilizam os serviços de Logística de Interiores, mencionado no trabalho proposto.

## 2.5 COLETA DE DADOS

Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário estruturado, contendo 13 perguntas abertas e fechadas, com profissionais da área com o objetivo de saber a necessidade de cada cliente.

## 3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os dados coletados referem-se às entrevistas realizadas junto a 20 profissionais ligados às áreas de arquitetura, decoração e pessoas que já utilizam os serviços de Logísticas de interiores, em Fortaleza.

Os fatores determinantes para a análise dos sujeitos possuem como base o destaque os fatores que influenciam a cultura da logística de interiores com um estilo próprio de organização.

A seguir serão descritas as análises dos dados referentes aos referidos fatores:

**Pergunta 1** - Qual a necessidade que o cliente tem de procurar um profissional de logística de interiores após o término de projeto?

A primeira pergunta se refere à importância da contratação de um profissional de logística de interiores após o término do projeto é mostrado no gráfico 1.



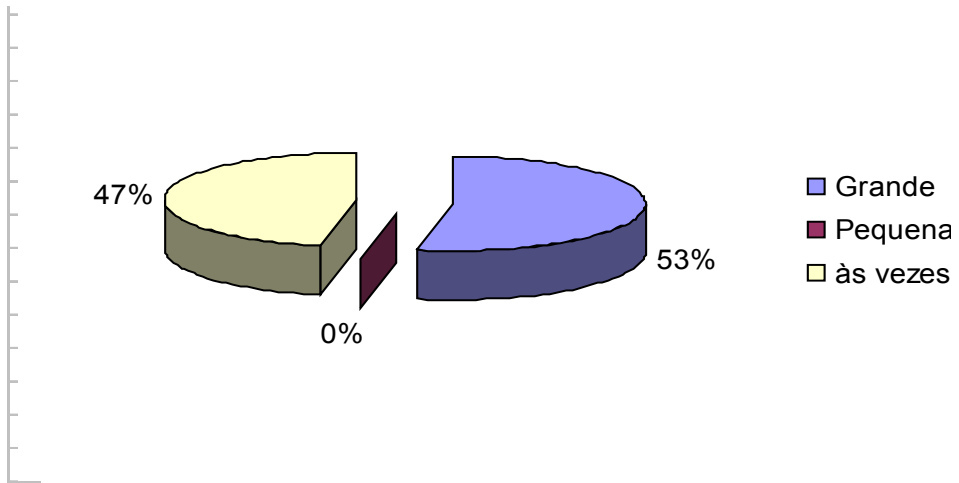
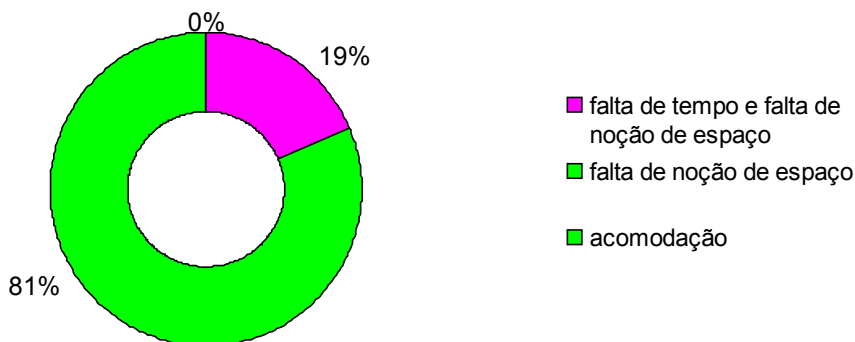


Gráfico 1 – Grau de necessidade que o cliente tem de procurar um profissional de logística de interiores após o término de projeto, segundo os entrevistados.

O gráfico 1 mostra que a maioria (53%) respondeu que a importância é grande; outros 47% avaliaram que às vezes se faz necessário. A resposta a esta pergunta é confirmada pela visão de Alvarenga & Novaes (2000), que ressaltam que o profissional com formação em Logística de Interiores além de vasta formação cultural, humanística e tecnológica deve atender às necessidades de uma sociedade em constante processo de transformação, estando aberta às mudanças de conceitos, comportamentos e à produção de novas técnicas e sistemas construtivos. Profissional dinâmico, atento e promotor de mudanças, apresenta forte inspiração artística; sua criatividade, associada a uma visão objetiva, insere-o no seu contexto histórico, econômico e social.

### **Pergunta 2** - Qual a necessidade de um alto nível de organização?

As opções apresentadas para esta questão foram “falta de tempo”, “falta de noção de espaço” e “acomodação”.



**Gráfico 2** – Razões para a necessidade de um alto nível de organização, segundo os entrevistados.

Conforme o gráfico 2, três dos entrevistados (19%) marcaram duas opções que foram “falta de tempo do cliente” e “falta de noção do espaço” e o restante assinalou apenas uma opção que foi “falta de noção de espaço” (81%). Consequentemente, a resposta mais escolhida, com 100% “foi falta de noção de espaço”. Segundo Freitas (2002), a maioria dos problemas que ocorrem durante a realização de um projeto, que acabam prejudicando o resultado final, tem origem da falta de experiência, organização (para otimizar o tempo) e a paciência dos envolvidos no projeto, uma vez que a noção de espaço e o tempo foram modificados brutalmente pelas novas tecnologias. Os costumes e os valores também foram afetados por estes fenômenos. O virtual deixou de ser visto como algo não real e passou a ter outra concepção na sociedade moderna. Os espaços igualmente se virtualizaram e deixaram de ocupar somente um espaço físico. Isto ajudou a ratificar o pensamento de que o que legitima uma forma de organização não são suas instalações e sim as combinações que elas executam.

**Pergunta 3** - Quais são os primeiros passos para iniciar uma boa organização?

Na questão 3, conforme o gráfico 3, apenas um dos entrevistados marcou duas opções: fazer uma relação de tudo por partes ou categoria e limpar, descartar (uso do 5S). Os demais marcaram a opção fazer uma relação de tudo por partes ou categoria.

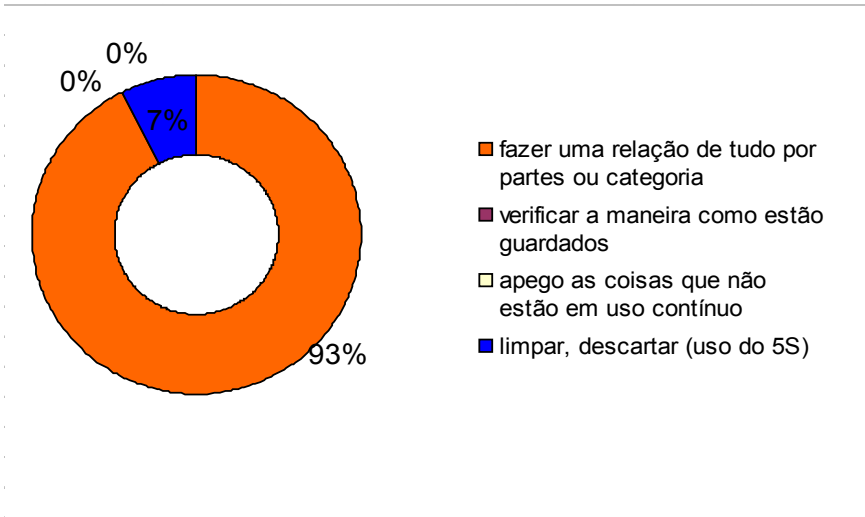


Gráfico 3 - Primeiros passos para iniciar uma boa organização, segundo os entrevistados.

Confirmando as respostas oferecidas pelos entrevistados desta pesquisa, Lawrence e Lorsch (1972, p. 3), ensinam que organização é: “[...] a coordenação de diferentes atividades individuais com a finalidade de efetuar transações planejadas com o ambiente”.

Dessa forma, conclui-se que ser organizado permite que se tenha uma vida organizada, adaptada às necessidades de cada um, descobrindo, dessa forma, o que se quer. Assim, se consegue fazer tudo o que se deseja, economizando energia, dinheiro e tempo; e, no dia-a-dia, se tem a oportunidade de escolher o rumo que se deseja dar à vida.

**Pergunta 4** - Quais os locais de uma residência que são mais necessários à assessoria do profissional da logística de interiores?

Na questão 4, oito dos entrevistados marcaram uma opção, dez marcaram mais de uma e apenas um dos entrevistados não assinalou nenhuma opção. Dessa forma, a resposta, mais assinalada foi à opção *Closets*.

**Pergunta 5** - Quais são as principais dificuldades encontradas na idealização de um projeto?

De acordo com as respostas oferecidas pelos entrevistados, observou-se que muitos são os motivos que podem ser enumerados para explicar as principais dificuldades encontradas na idealização de um projeto. De acordo com os entrevistados, dentre aquelas

mais apontadas estão: desconhecimento do cliente no que foca a organização pessoal não sabe como arrumar; clareza quanto aos objetivos que não são definidos pelos interessados talvez nem claros para ele mesmo por manifestar só interesses estéticos; saber transmitir as idéias do projeto e convencer o cliente da melhor proposta; o cliente não possui recurso para executar tudo o que quer.

Segundo Cury (2005), a maior dificuldade na idealização de um projeto é decidir precisamente o que construir. Nenhuma outra parte do trabalho conceitual é mais difícil quanto estabelecer detalhadamente os requisitos técnicos. Nenhuma outra parte é mais difícil de ser corrigida tardiamente.

**Pergunta 6** - O que faz com que o projeto não possa ser concluído na sua totalidade?

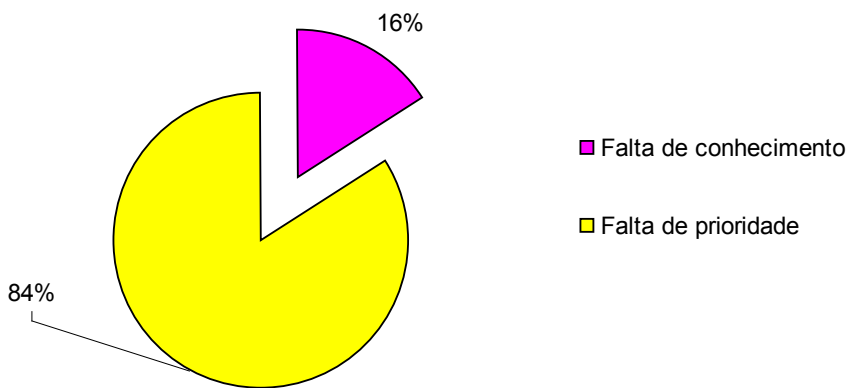


Gráfico 4 – Dificuldades para não conclusão de um projeto, segundo os entrevistados.

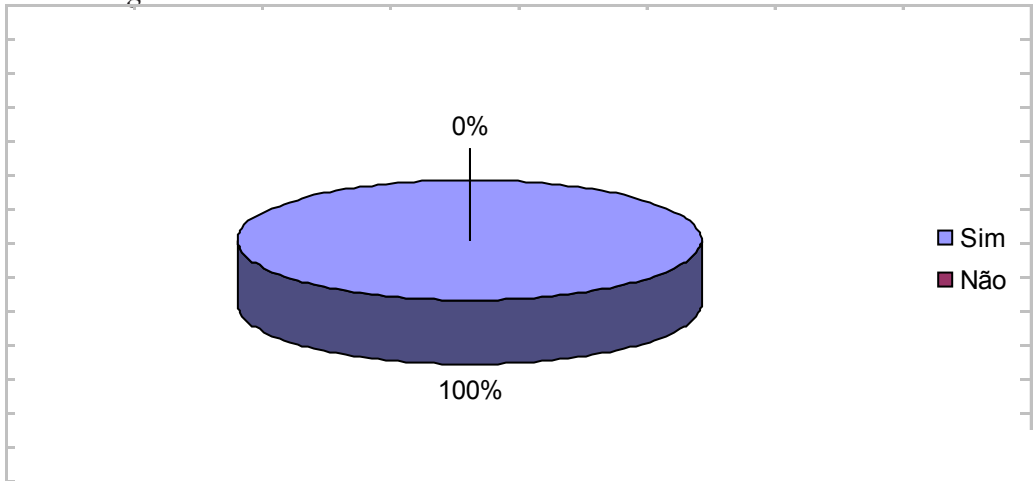
De acordo com os entrevistados, conforme mostrado no gráfico 4, a falta de prioridade, com 84% das respostas, sobrepujou a falta de conhecimento, com 16% das réplicas. Essas respostas não invalidam totalmente a explicação de Yin (2001), sobre a pergunta realizada, uma vez que ele responde que “A primeira medida a tomar é definir claramente quais os problemas e onde se pensa encontrar as causas e as soluções”. O que se faz deduzir que o que faz com que o projeto não possa ser concluído é a falta de prioridade.

Segundo Yin (2001), um projeto centra-se na aquisição de conhecimento como forma de encontrar soluções para o problema. A primeira medida a tomar é definir claramente quais os problemas e onde se pensa encontrar as causas e as soluções.

**Pergunta 7** - A desorganização pode causar um alto nível de “stress” no cliente?

De acordo com o gráfico 4, a desorganização pode gerar “stress” no cliente, tendo 100% dos entrevistados optado por responder “sim”. Comparando

estas respostas com a declaração oferecida por Cury (2005), conclui-se que a desorganização provoca “stress” em virtude de não permitir a sistematização das atividades o que faz com que seja levado mais tempo do que o necessário para realizar algo.



**Gráfico 5** – Opinião dos entrevistados sobre desorganização e nível de “stress” no cliente.

Cury (2005) salienta que a auto-organização é o grande segredo da produtividade. Ao se buscar os motivos pelas quais não se produziu tanto quanto gostaria em alguma situação, chegará à conclusão de que o motivo foi a desorganização, ou seja, a dificuldade em lidar com a interferência de fatores externos, a má administração do tempo disponível, a não sistematização das atividades que fizeram com que fosse levado mais tempo do que o necessário para realizar algo e a influência de hábitos negativos.

A maioria das pessoas pensa que organização é somente a arrumação de objetivos e papéis, a administração do tempo e a organização de atividades e tarefas. Existem ainda 2 outros níveis de auto-organização cujo desenvolvimento pode ser muito útil. São elas a organização psicológica e a organização mental. A primeira está relacionada à inteligência emocional, à capacidade de gerenciar os sentimentos e emoções e utilizá-los de forma coerente e adequada. A organização mental envolve raciocínio, concatenação e comunicação de idéias, inteligência espacial e criatividade.

**Pergunta 8** - Quais são os locais onde é mais propícia a falta de organização?

O gráfico 6 mostra que três dos entrevistados marcaram duas opções, um

dos entrevistados acrescentou uma alternativa a mais e quinze entrevistados apenas uma opção. A resposta, mais assinalada foi “Residência”, com 70%, de acordo com a pergunta 8.

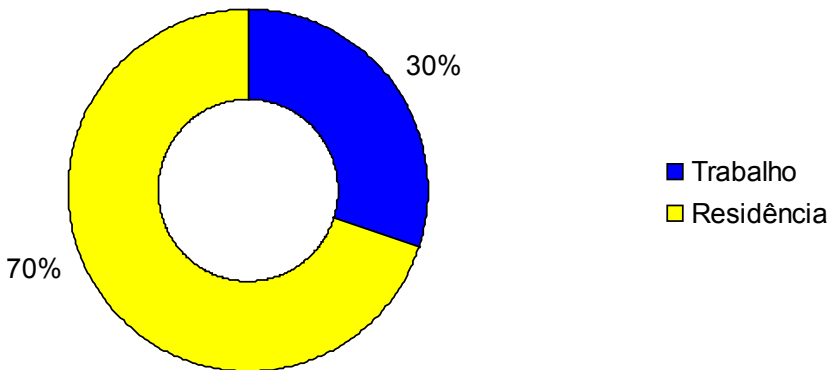


Gráfico 6 – Opinião dos entrevistados sobre locais onde é mais propícia a falta de organização.

Planejar a vida pessoal não significa adotar uma postura radical e inflexível como muitos pensam. Há certo “medo” generalizado do planejamento, pois “e se as coisas não derem certo?”; “e se acontecer alguma coisa que me impeça de concluir o que planejei?” - necessidade de mudança é geralmente associada ao fracasso - “se tenho que mudar meus planos é porque as coisas não deram certo como eu queria.” - essa mentalidade, muito comum entre os brasileiros, que não possuem o hábito de planejar, só aumenta a quantidade de pessoas que passam pela vida sem realizarem seus sonhos, ou ainda, sem realizarem nada de concreto

#### **Pergunta 9 - O que deve ser acomodado em uma rouparia?**

De acordo com o gráfico 7, 68% dos entrevistados responderam que em uma rouparia, devem ser acomodadas somente roupas de cama mesa e banho; outros 21% apontaram que devem ser acomodados artigos variados de acordo com o gosto do cliente; e outros 11% apontaram que devem ser acomodados artigos de cama, mesa e banho, e itens de viagem.

Dessa forma, se verifica que a maioria dos entrevistados (68%) tem noção de organização.

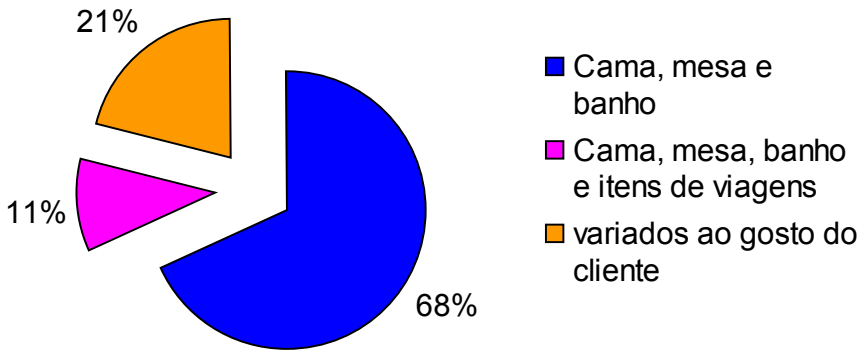
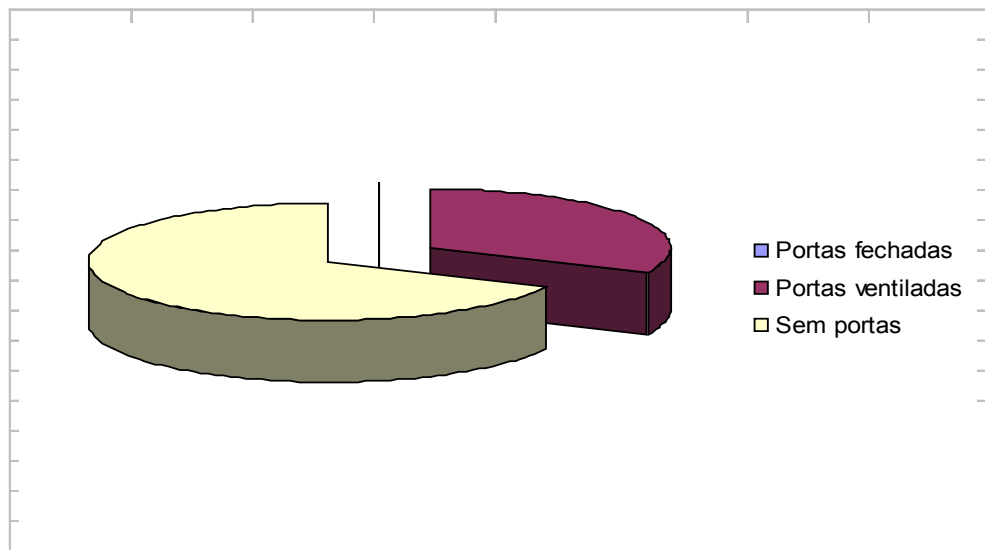


Gráfico 7 – Opinião dos entrevistados sobre o que deve ser acomodado em uma rouparia.

Segundo Cury (2005), rouparia é o elemento onde se guarda a roupa (de cama mesa e banho) limpa para uso das pessoas em uma residência, hotéis, hospitais e outros.

**Pergunta 10** - Em um projeto de “*closet*” qual a melhor disposição?

No gráfico 8, 68% dos entrevistados responderam que o closet não deve ter portas; outros 32% responderam que deve ter portas ventiladas. A partir das respostas oferecidas, verifica-se que os entrevistados têm noção de decoração e funcionalidade, uma vez que um closet não deve ter portas. Caso venha a ser necessário, as portas devem ter bandeirolas, para possibilitar um sistema de ventilação.



**Gráfico 8** – Opinião dos entrevistados sobre a melhor disposição para o projeto de um "closet".

Um *closet* é um sonho de consumo de muita gente. Se quando se vai fazer um, devem-se conhecer as medidas mínimas necessárias e detalhes como:

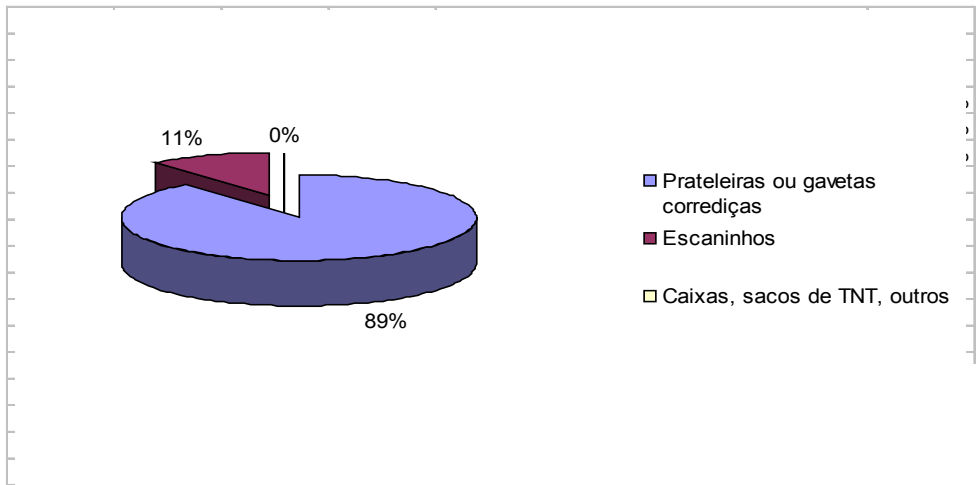
■ O *closet* deve ter pelo menos 6 metros quadrados para ter um mínimo de conforto e praticidade. Ele deve possibilitar que se troque de roupa dentro dele.

O *closet* não deve dispor de portas e deve-se evitar que o mesmo fique em uma parte úmida do imóvel. Se isto não for possível, deve ser isolada a madeira com isopor para que esta não fique em contato direto com a parede.

**Pergunta 11** - Qual a melhor maneira de armazenar uma grande quantidade de sapatos femininos?

No gráfico 9, verifica-se que 69% dos entrevistados declararam que os sapatos devem ser acondicionados em prateleiras ou gavetas corrediças. Outros 11% afirmaram que devem ser guardados em escaninhos. Nenhum dos entrevistados optou por guardar sapatos em caixa, sacos de TNT e outros.



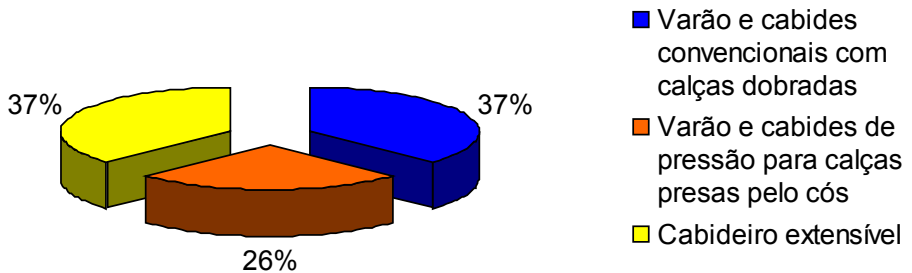


**Gráfico 9** – Opinião dos entrevistados sobre a melhor maneira de armazenar uma grande quantidade de sapatos femininos.

Segundo Aronque (2004), os calçados devem acondicionados em prateleiras, separados por cor e por tipo (social, esportivo, tênis, chinelos, etc.). Deve-se procurar guardar os sapatos com o bico para frente do armário, pois isso facilita a visualização. Os canos das botas não devem ser dobrados (devem ser colocados pedaços de jornal num saco plástico e essa “armação” dentro do cano para melhor conservação). Nunca se devem guardar sapatos sujos dentro dos armários. Se possível, não se guarda no armário os sapatos que acabou de descalçar, deixe-os um pouco fora do armário para respirarem.

### **Pergunta 12** - Qual a melhor maneira para os “calceiros”?

Os entrevistados se dividiram nas respostas: 37% disseram que a maneira correta seria colocar em varão e cabides convencionais com calças dobradas; outros 26% apontaram como resposta correta a que declara que a forma correta seria utilizar varão e cabides de pressão para calças presas pelo cós; outros 37% disseram que a forma mais certa seria através de cabideiro extensível (gráfico 10), o mesmo observado por Aronque (2004).



**Gráfico 10** – Opinião dos entrevistados sobre a melhor maneira de a melhor maneira para os calceiros.

Segundo Aronque (2004), os calceiros devem ter espaço para roupas penduradas. Com a alternativa de acomodarem somente poucas peças. Devem constar de uma peça extensível com armação de madeira, aço inox ou alumínio anodizado, com varão cromado, deixando à mão as peças usadas no dia-a-dia.

**Pergunta 13** - Qual o grau de importância dos clientes com suas coisas pessoais?

Na questão 13, dezesseis dos entrevistados marcaram a opção “apego a coisas da família”, um entrevistado marcou a opção “apego a coisas que não estão em uso contínuo” e acrescentou “depende da peculiaridade de cada cliente”, outro entrevistado apenas incluiu a opção “cada cliente tem necessidades diferentes” e apenas um não marcou nenhuma alternativa.

As respostas colhidas confirmam a tese de que as variáveis pessoais desempenham um papel decisivo na maneira de reagir aos eventos de vida, uma vez que, a percepção pessoal da realidade engloba toda a realidade ou toda a maneira de ver e sentir o mundo e só essa realidade (única para todos) interessa. A percepção pessoal da realidade engloba não apenas a concepção que se tem das coisas que estão no espaço exterior, como os fatos, eventos, objetos, pessoas, e outros. mas também os conceitos que se cultivam dentro da cada um, as escalas de valores, os conflitos e complexos. Dentro de todo esse material interno ou intra-psíquico inclui-se, também, a imagem que se tem de cada um, ou seja, inclui a auto-estima.

## 4 CONCLUSÃO

A visão e o gosto pessoal de cada cliente para um projeto de logística de interiores são essenciais para a realização do projeto;

A qualidade é essencial para o consumidor;

Um projeto de logística de interiores é uma atividade extremamente dinâmica, que varia muito com as tendências buscadas pela clientela. Sempre haverá uma ansiedade no início da produção de um novo projeto e sua posterior entrega ao cliente;

A ânsia do mercado por novos projetos em logística de interiores permite que referido trabalho não se torne uma atividade de rotina, e certamente permanecerá extremamente motivadora para os profissionais que já desempenham os serviços de Logística de Interiores, uma vez que esses profissionais devem vivenciar qualidade em todas suas atividades;

Esta monografia alcançou o resultado esperado, que era o de analisar a cultura da Logística de Interiores com um estilo próprio de organização, desenvolvendo competências e habilidades empreendedoras;

O presente trabalho pode ser usado como uma base de referência para se desenvolver uma proposta completa de identificação de estilo, competências e habilidades empreendedoras. A área de logística de interiores está sempre em uma constante mutação devido à abrangência do assunto;

O estudioso que desejar se aprofundar nessa área precisa estar atento às notícias que envolvem o mundo da Logística de Interiores, pois elas podem dar boas indicações a respeito do futuro dessa atividade.

## REFERÊNCIAS

ALBRECHT, Karl, BRADFORD, Lawrence J. **Serviços com qualidade: a vantagem competitiva**. 1. ed. São Paulo : Makron Books, 1992.

ALBRECHT, K. **A única coisa que importa**: trazendo o poder do cliente para dentro de sua empresa. 3 ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

ALVARENGA & NOVAES. **Logística Aplicada**: Suprimento e Distribuição Física. 3 ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

APPOLINÁRIO, Fábio. **Dicionário de metodologia científica**: um guia para a produção do conhecimento científico. São Paulo: Atlas, 2004.

ARONQUE, Daniele. **Orientações para organização de armários**. 2004. Disponível em [www.construindo.com.br/ editorial/organizacaoodearmarios.html](http://www.construindo.com.br/editorial/organizacaoodearmarios.html). Acesso em 03. out 2005.

BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial**: Transportes, administração de materiais e distribuição física, São Paulo, Atlas, 1995.

BENNIS, Warren. **A invenção de uma vida**. São Paulo: Campus, 1997.

BERRY, L. L., PARASURAMANN A. **Serviços de marketing**: competindo através da qualidade. São Paulo: Maltese-Norma, 1992.

BUENO, Wilson. **Comunicação e interatividade: a comunicação empresarial se prepara para enfrentar os desafios do século XXI**, Amparo, São Paulo: Comtexto Comunicação e Pesquisa, Unimed Amparo, 1995.

CHIARINI, A. B. **A organização logística em empresas brasileiras que apresentam as melhores práticas de níveis de serviço**: estudo de caso. Rio de Janeiro: UFRJ, COOPEAD, 1998.

CHING, Y., H. **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada - Supply chain**. São Paulo: Atlas, 1999.

CIELO, Ivanete Daga. **Perfil do pequeno empreendedor**: Uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão. Florianópolis: UFSC, 2001. (Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção).

CROSBY, Phillip B. **Qualidade é investimento**. Rio de Janeiro: José Olympio,

1992.

CURY, Antonio. **Organização e métodos** - uma visão holística. São Paulo: Atlas, 2005.

DAVIDOW, W.H. **Serviço total ao cliente**. Rio de Janeiro. Campus, 1991.

DEMING, William Edwards. **Qualidade** – A revolução da administração. Rio de Janeiro: Marques Saraiva, 1990.