

## PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES EM LOJAS DE CONFECCÃO

### CUSTOMER SATISFACTION SURVEY IN CONFECTIONERY SHOPS

Cíntia Vitória Panucci ROSA<sup>1</sup>, Geisiely Dosso Karnoski de JESUS<sup>2</sup>, Lauriano Antonio BARELLA<sup>3</sup>, Mirela Karla Leite Soares CECONELLO<sup>4</sup>, Elvio Antunes SOBRAL<sup>5</sup>

Recebido em 20 de maio 2019; Aceito em 31 de junho de 2019; Disponível *on line* em 15 de julho de 2019

**Resumo:** O presente relatório tem como tema o nível de satisfação em lojas de confecção, considerando a percepção dos clientes na empresa Magazine, estabelecida na cidade de Nova Monte Verde – MT, verificando aspectos, como atendimento, organização e qualidade do produto. Autores, como Godri (1994), Kotler (2000), Engel, Blackweel e Miniart (2000), Kotler e Armstrong (2003), Kotler e Keller (2006), Godoy (2009), Levy (2000), Chiavenato (2007), Lovelock, Wirtz e Hemzo (2011), Zeithaml, Bitner e Gremler (2011) fazem parte do quadro teórico. A metodologia utilizada abrangeu a pesquisa qualitativa que teve como finalidade identificar e analisar dados, para apurar a qualidade do atendimento e dos produtos, e a satisfação em relação à organização e aos serviços prestados; empregou-se uma abordagem de pesquisa descritiva, através de levantamento de informações por meio de um questionário contendo 9 perguntas objetivas, que foram entregues aos clientes da empresa estudada. Quanto à amostragem definiu-se em um total de 50 clientes. Por meio da análise dos resultados encontrados foi possível detectar que a empresa, em geral para os clientes, detém um público, em sua maioria, de gênero feminino, com idade variando entre 24 e 30 anos, e escolaridade contemplando o ensino médio completo. Em relação à qualidade do produto e do atendimento a percepção é favorável. A organização da empresa também foi avaliada positivamente conforme a demonstração de contentamento quanto à estrutura física expressa pelas tabelas. Assim, conclui-se que a loja Magazine apresenta nível aceitável de qualidade de produtos e atendimento nas vendas, com alto nível de satisfação, tendo algumas poucas fragilidades a serem vistas e sanadas pelos proprietários.

**Palavras chave:** Atendimento; Qualidade; Satisfação.

**Abstract:** This report has as its theme the level of satisfaction in manufacturing shops, considering the perception of customers in the company Magazine, established in the city of Nova Monte Verde - MT, verifying aspects such as service, organization and quality of the product. Kotler and Keller (2006), Godoy (2009), Levy (2000), Chiavenato (2007) and Kotler and Keller (2006), Lovelock, Wirtz and Hemzo (2011), Zeithaml, Bitner and Gremler (2011) are part of the theoretical framework.

<sup>1</sup> Acadêmica do 2º semestre do curso de graduação em Ciências Contábeis da Faculdade de Alta Floresta (FAF).

<sup>2</sup> Acadêmica do 2º semestre do curso de graduação em Ciências Contábeis da Faculdade de Alta Floresta (FAF).

<sup>3</sup> Graduado em Ciências Contábeis pela União das Faculdades de Alta Floresta (2002). Pós graduado em Auditoria e Perícia pela Faculdade AJES - Faculdade do Vale do Juruena, 2006. Mestre em Ambiente e Desenvolvimento pela UNIVATES - Universidade do Vale do Taquari - RS (2014). Doutorando em Ambiente e Desenvolvimento pela UNIVATES. Professor Universitário na Faculdade de Direito de Alta Floresta - FADAF, onde ministra as disciplinas de: Contabilidade Ambiental, Pesquisa e desenvolvimento Contábil, Contabilidade de Custos e Contabilidade Geral. Consultor de empresas.

<sup>4</sup> Graduada em Ciências Contábeis pela União das Faculdades de Alta Floresta (2000). Especialista em MBA Gestão Tributária e em Pedagogia empresarial. Atualmente é professora da Faculdade de Direito de Alta Floresta e Funcionária pública estadual concursada como Agente de administração fazendária na Secretaria de Estado de Fazenda, lotada na Agência Fazendária de Alta Floresta-MT. E-mail: mirela.ceconello@sefaz.mt.gov.br

<sup>5</sup> Graduado em Ciências Contábeis pela Universidade Paranaense (2008). Especialista em MBA em Planejamento Tributário. Atualmente é professor da Faculdade de Alta Floresta. Tem experiência na área de Ciências Contábeis.

The methodology used included the qualitative research that aimed to identify and analyze data to ascertain the quality of care and products and satisfaction with the organization and services provided; a descriptive research approach was used, through information collection through a questionnaire containing 9 objective questions that were delivered to the clients of the company studied. Sampling was defined as a total of 50 clients. By means of the analysis of the results found, it was possible to detect that the company, in general for the clients, has a predominantly female audience, with ages varying between 24 and 30 years, and schooling with full secondary education. Regarding the quality of the product and the attendance the perception is favorable. The organization of the company was also evaluated positively according to the demonstration of contentment regarding the physical structure expressed by the tables. Thus, it is concluded that the Magazine store presents an acceptable level of product quality and sales service, with a high level of satisfaction, with a few weaknesses to be seen and remedied by the owners.

**Keywords:** Attendance; Quality; Satisfaction.

## 1 INTRODUÇÃO

Ao passar dos anos, o mercado têxtil cresceu bastante e, com isso, tem se tornado cada vez mais concorrente. Com o aumento da competição, é de suma importância ter mais atenção com seus clientes, e propor pesquisas de satisfação para estimar se os produtos e atendimentos estão atendendo as necessidades dos clientes.

Com a facilidade de comunicação e a diversidade de informações, as pessoas estão sempre atentas às novas tendências para suprir suas necessidades. Sendo assim, as empresas necessitam atender aos desejos dos clientes, vendendo produtos diferenciados de qualidade, novos no mercado e oferecidos por uma equipe profissional treinada (ALMEIDA, 2001).

O presente relatório tem como tema o nível de satisfação em lojas de confecção, considerando a percepção dos clientes na empresa Magazine, estabelecida na cidade de Nova Monte Verde – MT, verificando aspectos, como atendimento, organização e qualidade do produto.

Diante desse contexto, o presente relatório traz o seguinte problema: Qual é o grau de satisfação dos clientes da empresa Magazine em relação aos serviços prestados e aos produtos entregues?

Sabendo da importância da pesquisa de satisfação para a ampliação do conhecimento do empresário, o objetivo do relatório é realizar uma pesquisa com intuito de identificar o nível de

satisfação dos clientes da empresa Magazine em relação ao atendimento e aos produtos ofertados.

Assim, foram estabelecidos como objetivos específicos:

- a) verificar a satisfação dos clientes na loja;
- b) avaliar a organização que a referida loja possui;
- c) conhecer a percepção dos clientes quanto ao atendimento;
- d) classificar a qualidade dos produtos ofertados pela loja.

A pesquisa de satisfação é importante para ampliar a visão dos administradores em relação aos desejos de seus clientes, tornando-se relevante para possíveis mudanças e melhorias da empresa, pois são os clientes os geradores do faturamento da loja. Assim, o relatório tem por objetivo investigar o contentamento dos clientes, identificando os aspectos positivos e negativos para aperfeiçoar o atendimento, a estrutura da loja e a qualidade dos serviços e dos produtos.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

A pesquisa de satisfação de clientes é um sistema de administração de informações que capta a voz do consumidor e, a partir do ponto de vista do usuário, mede a qualidade externa da empresa. É importante, pois estabelece um canal entre os clientes, assim obtendo conhecimento quanto à percepção de seus consumidores.

Kotler e Armstrong (2003, p. 45) defendem que “para serem bem-sucedidos no atual mercado competitivo, as empresas devem estar voltadas para o cliente, conquistando-os dos concorrentes e mantendo-os por lhe entregarem valor superior”; dessa forma, é imperioso realizar pesquisas de satisfação para conhecer o cliente, no sentido de atender as suas necessidades.

De acordo com Kotler (2000, p. 58), “a satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho (ou resultado) percebido de um produto em relação às expectativas do comprador”. Complementando, Engel, Blackwell e Miniart (2000, p. 178) definem satisfação como “a avaliação pós consumo de que uma alternativa escolhida pelo menos atende ou excede as expectativas”, ou seja, o cliente deve se sentir tão bem quanto esperava, indo de forma contrária à insatisfação, uma vez que, quando ocorre a insatisfação, dificilmente terá interesse por determinado serviço e/ou produto.

A satisfação é algo que está relacionado à qualidade do produto que se oferece e/ou do serviço que se presta, sendo assim, a empresa que tiver produtos ou serviços com excelente qualidade conquistará o público-alvo.

O termo qualidade se refere a produtos com maior confiabilidade, mais práticos, duráveis e que tenham preços competitivos; refere-se também ao tipo de atendimento, cordialidade, rapidez e eficiência, e pode significar coisas diferentes para diversas pessoas, porém, um aspecto é comum, ou seja, a noção de que qualidade está associada à satisfação do cliente. Segundo Godoy (2009), cada vez mais a qualidade está sendo o fator decisivo para a sobrevivência no mercado; diante disso, as empresas têm buscado o aperfeiçoamento para satisfazer seus clientes.

Portanto, para satisfazer as necessidades, os anseios e as expectativas dos clientes, é necessário que se conheça e compreenda o cliente (KOTLER, 2000). O atendimento oferecido pela empresa deve ser visto como um elemento diferencial para conquistar o cliente, pois, atender bem os clientes faz com que os mesmos retornem às lojas, fazendo com estes

comprem após se sentirem confortáveis e bem atendidos (LEVY, 2000).

Segundo Godri (1994, p. 59), “atendimento é sinônimo de empatia e atenção”, o cliente deve ser tratado com prioridade, ouvido, acompanhado, tratado preferencialmente pelo nome e com devido respeito quanto a suas decisões e opiniões. Nessa direção, Chiavenato (2007, p. 216) afirma: “o cliente é imprescindível para a empresa se manter no mercado e o atendimento ao cliente é um dos aspectos de maior importância do negócio”.

O ambiente, também chamado de evidência física, consiste no local da concretização do serviço, em que estão presentes a fachada de vitrines, a aparência dos edifícios, a localização, os materiais impressos, os equipamentos, os uniformes dos funcionários e outros elementos visuais que podem facilitar a entrega do produto e a avaliação do serviço; portanto, as empresas devem administrá-los com eficiência, uma vez que causam boa impressão e geram impacto sobre a satisfação dos clientes (LOVELOCK; WIRTZ; HEMZO, 2011; ZEITHAML; BITNER; GREMLER, 2011).

Portanto, medir o grau de satisfação dos clientes e buscar satisfazê-los é uma importante chave para as organizações na luta pela manutenção e fidelização da sua clientela (KOTLER; KELLER, 2006). Conclui-se que um bom atendimento, produtos de boa qualidade, uma boa organização, tanto estrutural como empresarial, são essenciais para a sobrevivência de uma organização e a excelência é que irá diferenciá-las dos concorrentes e fazer com que a fidelidade à empresa tenda a crescer.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa é importante para se obter conhecimento em relação aos clientes e, de acordo com o resultado, buscar soluções para melhorias; assim, para Demo (1998, p. 23), “pesquisa é a atividade científica pela qual descobrimos a realidade”. Desenvolveu-se a pesquisa com “[...] objetivo de encontrar soluções para problemas propostos, mediante a utilização de métodos científicos” (ANDRADE, 2007, p. 111).

A metodologia utilizada foi a de pesquisa qualitativa, que teve como finalidade identificar e analisar dados e, após, desvendar seu significado por meio de interpretação e da comparação de resultados (APPOLINÁRIO, 2006); portanto, o objetivo foi apurar a qualidade do atendimento e dos produtos e a satisfação em relação à organização e aos serviços prestados.

Quanto aos objetivos da pesquisa, o presente relatório adotou a pesquisa descritiva, pois, “teve como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2002, p. 42), ou seja, realizou-se um estudo detalhado através de levantamento de informações por meio de coleta de dados, isso tudo no mundo físico.

Sobre os procedimentos, a pesquisa foi do tipo levantamento, pois foram obtidos dados por meio de uma pesquisa, melhor dizendo, se caracterizam pela interrogação direta das pessoas a fim de se recolher informações (GIL, 2002).

A coleta de dados foi feita por meio de um questionário contendo 9 perguntas objetivas, que foram entregues aos clientes da empresa Magazine, localizada em Nova Monte Verde. Quanto à amostragem definiu-se em um total de 50 clientes.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A loja Magazine iniciou suas atividades no ano de 1997, com o intuito de oferecer roupas de variadas marcas e atuais no mercado da moda, tanto adulta como infantil, e outros produtos, como cama, mesa, banho, brinquedos e acessórios em geral. É uma empresa que, atualmente, é gerenciada pela própria família, e conta com 8 vendedoras que atendem ao público no âmbito físico. A empresa conta com o marketing, utilizando das ferramentas de mídia, como *instagram*, *whatsapp* e rádio para a divulgação dos produtos.

A empresa tem, em média, 500 clientes fixos. No entanto, a pesquisa/questionário contendo 9 questões, sendo 8 fechadas e 1 aberta, foi aplicada apenas para 60 clientes na data de 11/05, sendo escolhidos aleatoriamente, por chegada, na promoção 50% do Dia da Mãe, porém, apenas 56 questionários retornaram. Diante disso, a análise se deu mediante os questionários devolvidos.

Inicialmente, buscou-se identificar a idade, o gênero e o grau de escolaridade dos entrevistados, para definição do perfil dos clientes da loja pesquisada.

Tabela 1 – Perfil dos clientes pesquisados na Loja Daniela Magazine estabelecida no município de Nova Monte Verde-MT, no período de maio de 2019

Variáveis	Nº	%
<b>Gênero</b>		
Feminino	34	60,71

Masculino	20	35,71
Em branco	2	3,57
<b>Idade</b>		
Até 18 anos	8	14,29
De 18 a 23	9	16,07
24 a 30	18	32,14
31 a 40	13	23,21
41 a 54	6	10,71
Acima de 55	1	1,79
Em branco	1	1,79
<b>Escolaridade</b>		
Ensino Fundamental completo	7	12,50
Ensino Fundamental incompleto	8	14,29
Ensino médio completo	26	46,42
Ensino médio incompleto	14	25,00
Pós graduação incompleta	1	1,79

Fonte: Questionário da pesquisa de campo (2019).

Em relação ao gênero é possível constatar que a maioria dos clientes pertence ao gênero feminino; tal resultado implica em observar que, embora a loja atenda ambas as partes, é predominante a presença feminina. Quanto à faixa etária, verifica-se a predominância de idade compreendida entre 24 e 30 anos, assim, há predominância do público adulto. É importante salientar que a pesquisa se deu em um dia de promoção nas vendas, “Dia das Mães”, indicando uma faixa de público com maturidade de compreensão no quesito economia com preços de compra de mercadorias. Para Kotler e Keller (2006, p. 172), “o comportamento de compra do consumidor é influenciado por fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos”.

Referente ao grau de escolaridade, constata-se que grande parte dos entrevistados possui Ensino Médio completo; em parte, essa concentração pode ser entendida se considerarmos que o município de Nova Monte Verde é pequeno e distante de centros, implicando em falta de Ensino Superior desenvolvido e disponível à população local.

Desse modo, conclui-se que os principais clientes da empresa apresentam perfil formado, pela sua maioria, por mulheres, com Ensino Médio concluído e idade média entre 24 e 30 anos. Uma vez conhecido o perfil dos usuários, procurou-se apurar a percepção desses clientes quanto ao aspecto qualidade dos produtos e do atendimento apresentados pela loja. A seguir os resultados apurados, demonstrados em tabela.

Tabela 2 – Qualidade do atendimento e dos produtos segundo a percepção dos clientes da Loja Daniela Magazine localizada no município de Nova Monte Verde-MT

Variáveis	Nº	%
<b>Qualidade do atendimento</b>		
Ruim	1	1,79



Bom	11	19,64
Muito bom	24	42,86
Excelente	20	35,71
<b>Qualidade do produto</b>		
Ruim	2	3,57
Bom	7	12,50
Muito bom	15	26,79
Excelente	32	57,14

Fonte: Questionário da pesquisa de campo (2019).

É de grande valia o bom atendimento ao cliente e a venda de produtos de qualidade, pois é um fator importante para a fidelização ou retenção de clientes, pois clientes satisfeitos tendem a voltar à loja para realização de novas compras e, conseqüentemente, a partir disso a loja expandirá seu negócio, pois os clientes satisfeitos tendem a comprar novamente e se interessar pela busca de novas opções de produtos, mercadorias, etc... (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2011).

Em razão disso, é importante que as empresas saibam que a razão para bons efeitos financeiros influi na satisfação dos consumidores (KOTLER, 2000; MINADEO, 2008); portanto, atender bem para que os clientes se sintam confortáveis é premissa para o aumento da frequência no estabelecimento.

De acordo com a apuração, os dados revelaram que o atendimento ofertado pela empresa e os produtos oferecidos são avaliados como sendo de qualidade, desse modo, pode-se constatar que a loja tem um bom atendimento e produtos que vêm agradando seus clientes.

Além de um bom atendimento e bons produtos, é fundamental a parte estrutural física, afinal a organização é percebida durante o atendimento, e satisfazer a necessidade do cliente neste cenário merece atenção constante.

Tabela 3 – Satisfação dos clientes da Loja Daniela Magazine em relação à organização da empresa, ao atendimento de suas necessidades e designação para conhecidos

Variáveis	Nº	%
<b>Satisfação em relação à organização</b>		
Ruim	4	7,14
Boa	8	14,29
Muito boa	15	26,79
Excelente	29	51,78
<b>Satisfação pelo atendimento das necessidades</b>		
Sim	51	91,07
Não	2	3,58
Em branco	3	5,36
<b>Possível indicação a terceiros</b>		
Não indicaria	3	5,35
Provavelmente	17	30,36
Indicaria	36	64,29

Fonte: Questionário da pesquisa de campo (2019).

A organização da loja é um aspecto importante na conquista de clientes fiéis, afinal, “sem clientes, uma empresa não tem receitas nem lucros, e portanto não tem valor no mercado” (GUPTA; LEHMANN, 2006, p. 16) Com relação ao resultado, verifica-se que a maioria da clientela apresentou satisfação em relação aos quesitos: organização da loja e o atendimento das necessidades, o que permite deduzir que a empresa em estudo é estruturada suficientemente para os pesquisados. Entende-se que não é apenas o preço e a qualidade do produto que asseguram vendas, mas, certamente, um fator determinante também é o local em que o produto é comercializado, além da forma em que a mercadoria chegará aos consumidores finais (LAS CASAS, 2005).

Conforme apuração, a loja atende as necessidades dos clientes mediante produtos e serviços considerados de qualidade. Almeida (1995, p. 120) assegura que “a satisfação é a relação entre o que ele viu (percebeu), e o que ele esperava ver (expectativas)”, ou seja, se há clientes satisfeitos é porque a empresa está tendo um ótimo desempenho em atender as perspectivas de seus usuários.

Para a finalização deste capítulo, buscou-se apurar se os usuários indicariam a empresa a amigos ou conhecidos particulares; o resultado se mostrou positivo, levando ao entendimento de que a empresa em questão tem agradado os seus clientes a tal ponto que estes sentem-se confiantes em apontá-la para outros clientes potenciais.

## 5 CONCLUSÃO

A realização do presente relatório teve como foco mensurar o grau de satisfação dos clientes da empresa Magazine em relação aos serviços prestados e aos produtos entregues, além de, especificamente, a partir das percepções desses clientes: avaliar a organização que a referida loja possui, conhecer a percepção dos clientes quanto ao

atendimento e classificar a qualidade dos produtos ofertados pela loja.

Por meio da análise dos resultados encontrados pela pesquisa foi possível detectar que a empresa, em geral, para os clientes, detém um público, em sua maioria, de gênero feminino, com idade variando entre 24 e 30 anos, e escolaridade contemplando o Ensino Médio completo.

Em relação à qualidade do produto e do atendimento a percepção é favorável, pois 95% demonstram satisfação perante esse quesito. A organização da empresa também foi avaliada positivamente, conforme a demonstração de contentamento quanto à estrutura física expressa pelas tabelas. Diante disso, a possível indicação desta Loja para outros interessados próximos aos clientes atuais é evidente, visto que 90% informaram que suas necessidades foram atendidas pela empresa e reforçaram que indicariam a loja.

Assim, conclui-se que a loja Magazine apresenta nível aceitável de qualidade de produtos e atendimento nas vendas com alto nível de satisfação, tendo algumas poucas fragilidades a serem vistas e sanadas pelos proprietários. Por fim, o objetivo da pesquisa foi atingido, pois foram verificados os aspectos de forma coerente e concisa, contudo, restarão ainda questões que poderão ser aplicadas em novas pesquisas: satisfação em relação ao preço e formas de pagamento.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** Como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

\_\_\_\_\_. **Cliente:** eu não vivo sem você. Salvador: Casa da Qualidade, 1995.

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da ciência:** filosofia e prática da pesquisa. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

CAMURÇA, Juliana de Oliveira de; MAGALHÃES, Lorena Lourenço. A satisfação dos clientes atacadistas em uma empresa de confecção atacadista cearense: um estudo do caso de New Impact. **Revista de Administração da UNI7**, Fortaleza, v. 1, n. 1, p. 89-119, jan./jun. 2017.

ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W. **Comportamento do consumidor**. 9. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2000.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUPTA, Sunil; LEHMANN, Donald R. **Gerenciando clientes como investimentos: o valor estratégico dos clientes a longo prazo**. Porto Alegre: Bookman, 2006.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

\_\_\_\_\_; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, James; HEMZO, Miguel Angelo. **Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia**. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MACHADO, Jefferson Luiz. Análise do nível de satisfação dos clientes de atacado da empresa Liverpool. **Revista Eletrônica Estácio Papirus**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, p. 181-206, jul./dez. 2016.

MICHELS, Adria Vitali. **Estudo sobre a satisfação dos clientes da loja Adria Confecções e Calçados de Forquilha - SC**. 2011. 74 f. Monografia (Curso de

Administração com linha específica em Administração de Empresas) – Universidade do Extremo Sul Catarinense UNESC, Criciúma, 28 nov. 2011.

MINADEO, Roberto. **Gestão de marketing: fundamentos e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2008.

RIBEIRO, Hudson Ludgero. **A percepção dos clientes em relação à qualidade como um dos fatores de sucesso de empresas inovadoras**. 2015. 125 fls. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Fumec - Fundação Mineira de Educação e Cultura, Belo Horizonte, 06 de maio de 2015.

SILVA, Vanessa Bergmann da; VIEIRA, Maria da Graça. Análise da satisfação dos clientes: empresa do ramo de confecções de Venâncio Aires - RS. **Revista da Faculdade Dom Alberto**, Santa Cruz do Sul – RS, v. 12, n. 2, 2014.

ZEITHAML, Valarie; BITNER, Mary Jo; GREMLER, Dwayne. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.