



ENTAC2006

A CONSTRUÇÃO DO FUTURO XI Encontro Nacional de Tecnologia no Ambiente Construído | 23 a 25 de agosto | Florianópolis/SC

SÍNTESE DOS RESULTADOS DAS PESQUISAS MERCADOLÓGICAS REALIZADAS EM CIDADES BRASILEIRAS SOBRE AS NECESSIDADES DOS CLIENTES DO MERCADO IMOBILIÁRIO

Ana Augusta Ferreira de Freitas (1); Luiz Fernando Mählmann Heineck (2); Marcelo da Costa Teixeira(3)

(1) Universidade Estadual do Ceará, Rua 8 de Setembro, 1130/1604, 85-32670096, Fortaleza-CE, fax: 85-32460527, e-mail: freitas8@terra.com.br

(2) Universidade Federal de Santa Catarina, Rodovia Admar Gonzaga, 1663/201-C, Florianópolis-SC, fone/fax: 48-331-7000, e-mail: freitas8@terra.com.br

(3) Universidade Federal de Santa Catarina, e-mail: marcelo_cteixeira@superig.com.br

RESUMO

Nos últimos dez anos, institutos de pesquisa ligados a diversas universidades do país vêm conduzindo estudos de mercado no sentido de avaliar as necessidades dos clientes que procuram comprar imóveis. Neste sentido, o objetivo deste estudo é formular uma síntese dos resultados de algumas destas pesquisas, baseando-se em um banco de dados formado por cerca de 3000 famílias que procuravam comprar um imóvel nas cidades de Belém, Blumenau, Caxias, Natal, Recife, Florianópolis, Passo Fundo, Pelotas, Porto Alegre, Santa Maria e Vitória. A metodologia da pesquisa caracteriza-se como descritiva e o instrumento de coleta de dados foi o questionário estruturado utilizado em entrevistas pessoais. Uma análise geral destas informações mostra uma população relativamente homogênea em termos da importância dada aos diversos atributos possíveis de influenciarem a escolha final. Além disto, defende-se que, na definição do projeto arquitetônico, é necessária uma análise de segmentação prévia para definição de características habitacionais mais específicas valorizadas por grupos de consumidores. Os rumos da pesquisa na área e seu impacto na prática de marketing de incorporadores imobiliários são finalmente discutidos.

Palavras-chave: preferências habitacionais, pesquisa de mercado, banco de dados.

ABSTRACT

In the last ten years, research institutes linked to several universities of the country are leading market studies in order to evaluating the customers' needs that try to buy immobile. Thus, the objective of this study is to formulate a synthesis of the results of some of these researches, basing on a database formed for about 3000 families that tried to buy a house in the cities of Belém, Blumenau, Caxias, Christmas, Recife, Florianópolis, Passo Fundo, Pelotas, Porto Alegre, Santa Maria and Vitória. The methodology of the research is characterized as descriptive and the instrument of collection of data was the structured questionnaire used in personal interviews. A general analysis of these information display a population relatively homogeneous in terms of the importance given to the several possible attributes that could influence the final choice. Besides, it is important that in the definition of the architectural project, it is necessary an analysis of previous segmentation for definition of more specific habitational characteristics valued by consumers' groups. Future research guidelines are discussed as such market data has been of little use by real estate developers.

Keywords: habitational preferences, market research, database

1 INTRODUÇÃO

Não é de hoje que os pesquisadores brasileiros da área de gerenciamento da construção defendem a importância do reconhecimento das necessidades dos consumidores com vistas ao desenvolvimento do produto imobiliário. Na verdade, tal discurso foi amplamente divulgado a partir da década de 90 com a extensão dos conceitos de qualidade à área da construção civil, dentro dos reconhecidos programas de qualidade. No início, o esforço em prol da qualidade se deu basicamente sobre a área tecnológica e gerencial que, por suas deficiências históricas e já bem documentadas, se configuravam como justificativa para aparecerem como o foco principal de estudos e pesquisas. À época, a participação do consumidor com vistas a elaboração de um programa de necessidades era proposta, mas sua operacionalização não era discutida.

Em Freitas (1995), encontra-se documentada uma das primeiras aplicações de entrevistas realizada junto aos consumidores da construção civil. Em seus esforços iniciais de escolher o local adequado para realização das pesquisas, a autora propõe que estas fossem feitas em Feiras de Imóveis. Estes encontros têm como objetivo juntar construtores, incorporadores e imobiliárias em um espaço único, onde os clientes potenciais podem examinar a maior quantidade de ofertas possíveis. Na ocasião, a autora realizou 164 entrevistas, na cidade de Florianópolis, utilizando as técnicas de preferência declarada (escolha conjunta) e uma survey com questionário estruturado. Seguindo esta idéia seminal, outras 14 pesquisas foram realizadas em 10 cidades do país, envolvendo diferentes centros de pesquisa, dentro de um período de quatro anos. O banco de dados formado foi depois objeto de análise na tese de doutoramento da referida autora, que trabalhou com modelos de segmentação de mercado (FREITAS, 2000).

Neste último trabalho, de maneira particular, busca-se formular uma síntese dos resultados destas pesquisas, baseando-se em um banco de dados formado por cerca de 3000 famílias que procuravam comprar um imóvel nas cidades de Belém, Blumenau, Caxias, Natal, Recife, Florianópolis, Passo Fundo, Pelotas, Porto Alegre, Santa Maria e Vitória. A metodologia da pesquisa caracteriza-se como descritiva e o instrumento de coleta de dados, em todas as ocasiões, foi o questionário estruturado utilizado em entrevistas pessoais. Este questionário é posteriormente apresentado e discutido.

O trabalho obedece a uma estrutura pouco usual de apresentação, que privilegia a apresentação dos resultados. No entanto, uma discussão teórica mais aprofundada pode ser encontrada em Heineck e Freitas (2000), quando os autores propõem uma síntese de uma estrutura de temas de pesquisa na de comportamento do consumidor residencial, indicando os principais autores de cada área. Na próxima seção, será apresentada uma contextualização do ambiente da pesquisa, bem como uma caracterização das cidades pesquisadas e do instrumento de pesquisa utilizado. Na seção seguinte, apresenta-se os resultados sintetizados, seguidos das conclusões e das referências bibliográficas.

2 A PESQUISA IMOBILIÁRIA

Para operacionalização das pesquisas imobiliárias, apenas as pessoas que declaravam estar interessadas em comprar um imóvel (para uso próprio ou para investimento) foram entrevistadas. Nestes casos, as entrevistas eram feitas preferencialmente com a família, salvo as ocasiões onde apenas um membro da família se colocava à disposição para participar. Era assegurado aos participantes o sigilo dos dados, ao mesmo tempo que se expunha o aspecto científico do trabalho. Muitos dos entrevistados mostraram-se gratos ao final da entrevista, por terem aumentado e sistematizado sua capacidade de escrutínio em relação as ofertas do mercado, por terem sido induzidos a refletir sobre os atributos dos imóveis pelas questões do questionário.

Grupos de pesquisas distintos em todo o Brasil gerenciaram a aplicação e condução das entrevistas, conforme a descrição das pesquisas nos parágrafos seguintes. Os questionários tinham estrutura semelhante embora, em alguns casos, variáveis tenham sido omitidas, por decisão do grupo ou por não se adequarem à realidade do local (eg. perguntar a importância de uma lareira para pessoas que moram no nordeste do país). Com isto, o banco de dados utilizado na análise final precisou ser

compatibilizado de forma a dar origem a um acervo homogêneo de informações, que pudesse ser comparado.

As pesquisas foram realizadas nas cidades de Belém (PA), Blumenau (SC), Caxias do Sul (RS), Florianópolis (SC), Natal (RN), Passo Fundo (RS), Pelotas (RS), Porto Alegre (RS), Recife (PE), Santa Maria (RS) e Vitória (ES). Não houve nenhum critério sistemático para escolha das cidades. Durante a fase de coleta de dados, os responsáveis por Feiras de Imóveis que aconteciam no país foram contatados e ofereceu-se para participar e realizar as pesquisas. Os responsáveis pela condução da pesquisa, o período e a caracterização das cidades são apresentadas a seguir.

a) A cidade de Belém (PA)

Belém, capital do Pará e porto fluvial, está situada no centro da Região Norte e possuía, em 1996, 1.144.312 habitantes, com 74% da população vivendo na área urbana (IBGE, 1998). A economia do estado está baseada em agricultura, pecuária, mineração e indústria, com uma participação de 1.32% do PIB nacional. As pesquisas foram realizadas em dois momentos distintos; a primeira em novembro de 1995, coordenada pelo Grupo de Gerenciamento da Construção (GECON) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). A segunda foi realizada um ano depois, novembro de 1996, e foi coordenada por uma empresa de construção local. Neste último caso, os dados foram cedidos pela mesma. Além disto, as duas pesquisas ocorreram em Feiras de Imóveis, realizadas em um shopping center de grande porte da cidade e uma equipe foi contratada para ajudar na aplicação dos questionários, sendo essa composta por pessoas ligadas as áreas de engenharia civil ou arquitetura. O número de entrevistas realizadas na primeira pesquisa foi de 77 pessoas e, na segunda, o número de entrevistados foi de 188 pessoas.

b) A cidade de Blumenau (SC)

Blumenau é a terceira cidade mais populosa do Estado de Santa Catarina, com cerca de 230.000 habitantes (dados de 1996), sendo que 85% destes moram na zona urbana (IBGE, 1998). A cidade, um dos centros da indústria têxtil brasileira, foi fundada por imigrantes alemães em 1852. A pesquisa foi realizada em julho de 1996, coordenada pelo GECON, e teve o apoio do SINDUSCON - Blumenau. Na ocasião um grupo de pós-graduandos da UFSC da área de engenharia civil compôs a equipe de entrevistadores. O local escolhido para aplicação dos questionários foi a III Feira de Imóveis de Blumenau, que durou quatro dias. Na ocasião, 191 pessoas foram entrevistadas.

c) A cidade de Caxias do Sul (RS)

Caxias é a segunda cidade mais populosa do Rio Grande do Sul, com cerca de 325.000 habitantes, em 1996, sendo que 90% destas pessoas vivem na zona urbana (IBGE, 1998). A pesquisa foi realizada em junho de 1997 na Expoimóvel Serra com o nome de I Salão Regional de Imóveis. A coordenação ficou a cargo de pesquisadores do Núcleo Orientado para a Inovação da Edificação - NORIE, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, que tiveram o apoio do SINDUSCON- Caxias. Neste caso, o banco de dados também foi cedido para a autora e contava com 237 entrevistas.

d) A cidade de Florianópolis (SC)

Florianópolis, capital de Santa Catarina, é um centro turístico que abriga cerca de 270.000 habitantes, sendo a segunda mais populosa do Estado, com 92% da população vivendo na zona urbana (dados de 1996, fonte: IBGE, 1998). A pesquisa foi realizada em cinco momentos distintos, entre 1995 e 1999, mas apenas três delas estão aqui documentadas. Cabe salientar que desde esta última data continuam a ser realizadas pesquisas nos mesmos moldes, por grupos diversos de pesquisadores, permitindo em trabalhos futuros uma análise longitudinal de caráter inédito na realidade brasileira. Destas, a primeira ocorreu em Abril de 1995; a segunda em Junho de 1997 e a terceira em Março de 1998. As duas primeiras tiveram a coordenação do GECON e a última foi iniciativa de um grupo de pesquisa em construção do curso de engenharia civil, da UFSC. Todas as pesquisas ocorreram em Salões de Imóveis, que tinham como local de realização o shopping center da cidade. Nas três ocasiões, o SINDUSCON-SC deu o apoio aos pesquisadores, cedendo um stand para realização das entrevistas. O grupo de

entrevistadores de 1995 e 1997 era composto por alunos da pós-graduação da UFSC e em 1998 por alunos do curso de graduação em engenharia civil. Em 1995, 145 pessoas foram entrevistadas, em 1997 este número aumentou para 343 e em 1998, 104 pessoas foram entrevistadas.

e) A cidade de Natal

Natal, capital do Rio Grande do Norte, possui cerca de 656.000 habitantes com 100% deles morando na zona urbana da cidade (dados de 1996, fonte: IBGE, 1998). A pesquisa foi realizada em Outubro de 1995 e contou com o apoio do SINDUSCON-RN. O local de realização das entrevistas foi a II Feira de Imóveis do Rio Grande do Norte e a coordenação ficou a cargo de um grupo de pesquisadores do GECON. Um grupo de oito acadêmicos de engenharia civil da universidade local ajudou na realização das entrevistas. Na ocasião, 128 pessoas foram entrevistadas. Na ocasião, uma pesquisa paralela foi conduzida com os corretores de imóveis que participam do evento. O objetivo era avaliar o grau de conhecimento destes profissionais com relação as necessidades dos clientes potenciais. Estes resultados estão documentados em Azevedo (1997).

f) A cidade de Passo Fundo

A cidade de Passo Fundo possui cerca de 156.000 residentes e é polo de serviços para as cidades vizinhas. Cerca de 96% da população mora na zona urbana (dados de 1996, fonte: IBGE, 1998). A pesquisa foi realizada em novembro de 1997 com a coordenação da universidade e do SINDUSCON de Passo Fundo. O local de realização foi uma Feira Comercial e Agropecuária da região, onde 422 pessoas foram entrevistadas.

g) A cidade de Pelotas

A cidade de Pelotas possui cerca de 307.000 habitantes e é um importante polo regional com comércio intenso. A localização perto das fronteiras do Uruguai e Argentina a torna propícia para se transformar num centro de investimentos dos países que integram o acordo comercial do Mercosul. Cerca de 92% da população mora na zona urbana (dados de 1996, fonte: IBGE, 1998). A pesquisa foi coordenada por alunos do Curso Técnico de Edificações e da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo de Pelotas. O apoio ao trabalho foi dado pelo SINDUSCON - Pelotas, SECOVI - Zona Sul e SEBRAE - Rio Grande do Sul. A pesquisa foi realizada em dezembro de 1996 e o grupo de entrevistadores era composto ainda por alunos da graduação do curso de edificações das duas universidades locais. Na ocasião, 255 pessoas foram entrevistadas.

h) A cidade de Porto Alegre

A cidade de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul e porto fluvial, possui 1.288.879 residentes com 97% morando na zona urbana (dados de 1996, fonte: IBGE, 1998). Com a implantação do Mercosul, a cidade se tornou um importante pólo de negócios, ampliando a área comercial. A pesquisa foi coordenada juntamente por pesquisadores do GECON e do NORIE e realizada em junho de 1995, com duração de 9 dias. O local selecionado para realização das entrevistas foi o II Salão do Imóvel de Porto Alegre. Na ocasião, o stand dos pesquisadores foi locado na área onde ficavam as empresas de serviços de decoração, o que prejudicou de certa forma a eficiência na obtenção dos dados, visto que a maioria das pessoas que se aproximavam já possuíam um imóvel e estavam apenas procurando artefatos de decoração. O número de pessoas entrevistadas foi 204.

i) A cidade de Recife

Recife, capital do estado de Pernambuco, possui 1.346.000 habitantes com 100% morando na zona urbana (dados de 1996, fonte: IBGE, 1998). Nesta cidade a pesquisa foi coordenada pelo GECON e teve o apoio da ADEMI-PE, sendo realizada em Junho de 1996 no I Salão de Imóveis de Pernambuco. O grupo de entrevistadores era composto por sete estudantes do curso de engenharia civil da Escola Politécnica de Pernambuco, que participavam do Núcleo de Gestão da Qualidade na Construção Civil (GEQUACIL) desta universidade. Durante a realização da feira, 230 pessoas foram entrevistadas.

j) A cidade de Santa Maria

Santa Maria possui 233.000 pessoas, sendo que 92% delas reside na zona urbana (dados de 1996, fonte: IBGE, 1998). Duas pesquisas foram realizadas nesta cidade pelos pesquisadores do NORIE. A primeira em outubro de 1995 e a segunda em outubro de 1997. Ambas foram realizadas em Feiras de Imóveis e contaram com o apoio do SINDUSCON - Santa Maria, dos pesquisadores do Centro de Tecnologia da Universidade Federal de Santa Maria e do SEBRAE/RS. Em 1995, 253 pessoas foram entrevistadas e em 1997 este número se situou em 228 entrevistas. Em novembro de 1999, uma terceira pesquisa foi realizada nesta cidade, sendo que a mesma não se encontra aqui documentada e não faz parte do banco de dados formado, objeto desta análise.

l) A cidade de Vitória

A cidade de Vitória, capital do estado do Espírito Santo, possuía em 1996 cerca de 265.000 habitantes morando todos na zona urbana. Na capital capixaba estão os dois mais importantes portos do país e por isto a cidade recebe investimentos de grandes empresas. Em setembro de 1996, os pesquisadores do GECON realizaram a pesquisa mercadológica no III Salão de Imóveis. O evento teve o apoio do SINDICON - Vitória e o grupo de entrevistadores era composto por oito acadêmicos de Engenharia Civil e Psicologia das universidades locais. Na ocasião, este grupo fez 262 entrevistas.

Conforme comentado, os questionários possuíam uma estrutura relativamente similar entre as cidades, sendo as distinções relacionadas à ausência de algumas perguntas ou a diferença na categorização das mesmas. As perguntas se espelharam na estrutura fixada na primeira pesquisa realizada em Florianópolis e documentada em Freitas (1995). Pela importância que este instrumento possui para a discussão do presente trabalho, as diferentes partes constantes do questionário serão sumariamente revisadas.

A primeira parte do questionário incluía os aspectos socio-econômicos do entrevistado, contendo perguntas relativas à idade, ao sexo do entrevistado, ao estado civil, à idade dos filhos, ao número de pessoas na família, à condição de propriedade, ao tipo e duração de residência no atual imóvel, à renda mensal familiar, à fonte de renda e aos recursos disponíveis.

A segunda parte do questionário abordava as questões relativas às macro-variáveis do imóvel procurado, expressas pelo número de quartos, garagens e suítes, localização, condição de ocupação (pronto ou em construção), altura e presença do dormitório de empregada. Além disto, algumas questões referentes às condições de negócio como faixa do valor do imóvel, valor das prestações, valor da entrada e dos reforços foram incluídas.

A terceira parte constava da avaliação do cliente acerca da importância da presença de vários atributos residenciais. Estes atributos estavam divididos em quatro grupos relativos à área privativa, área comum, padrão e equipamentos. No primeiro grupo, características como lavabo, tamanho da cozinha, sala, sacada e área de serviço eram avaliadas. No segundo grupo, estavam incluídos itens como piscina, playground, sauna, churrasqueira coletiva e bicicletário. No terceiro grupo, os atributos relativos ao padrão do imóvel, como material de fachada e de acabamento interno, eram analisados. Finalmente, o item equipamentos abordava atributos como banheira de hidromassagem, box blindex, TV a cabo, aterramento e aumento do número de tomadas elétricas.

A última parte do questionário abordou as possíveis trocas que podem ser feitas entre os atributos da edificação, visando avaliar as opções de projeto. Com isto, os clientes eram convidados a escolher, por exemplo, entre um projeto com a sala de estar ampla e sem sacada ou um outro com uma sala um pouco menor e sacada ampla. O objetivo desta parte do questionário era testar a força de alguns atributos sobre outros, reconhecendo as possíveis restrições financeiras dos potenciais clientes, que por hipótese não poderiam arcar com a existência de ambos atributos. Além disto, para tornar o experimento mais realista, os clientes que expressavam poder pagar e exigir as duas opções poderiam marcar as duas alternativas irrestritamente. Da mesma forma, eram anotadas as opções daqueles que declaravam não escolher nenhuma das alternativas. Estes casos estavam, na maioria, ligados a famílias

de baixa renda que tinham consciência de não poder escolher entre um lavabo ou uma despensa, por exemplo.

Por considerar que a estrutura completa do questionário e a forma de condução das entrevistas estão amplamente cobertas pela literatura (eg. FREITAS, 1995 e OLIVEIRA, 1998), um enfoque maior será dado aos resultados encontrados.

3 SÍNTESE DOS RESULTADOS

A exploração inicial foi feita utilizando todo o banco de dados através de análises gerais. Estes resultados mostram a distribuição da amostra pesquisada nas diversas cidades de acordo com as seguintes variáveis: idade, estado civil, renda, fonte de renda, número de pessoas que vão morar no imóvel, tipo do imóvel atual, condição de propriedade do imóvel atual, condição de quitação (somente para os que tinham imóvel próprio), tempo de residência, tipo dos bens a disposição para colocar no negócio, valor do imóvel procurado, forma de pagamento, prazo até a compra, uso do imóvel (para uso próprio, investimento ou cedência para filhos e parentes), tipo do imóvel procurado, número de quartos desejados, número de suítes desejadas, dependência de empregada e número de vagas de garagem desejado. A partir destes resultados várias constatações podem ser traçadas como:

- a) em relação à idade, a maior parte dos entrevistados possui entre 26 e 35 anos, sendo que nas pesquisas de 1995 e 1997 realizadas em Florianópolis e em Blumenau a amostra pesquisada tinha idade superiores à média. Em Pelotas, Caxias e Florianópolis no ano de 1998 a situação é inversa, com uma maioria de jovens. Tal resultado é importante porque mostra o tipo de consumidor que atende a eventos desta natureza (feiras de imóveis);
- b) em média, cerca de 70% da amostra é composta por casais, sendo que o restante está dividido em 25% de solteiros e 5% de divorciados ou viúvos. Acompanhando os resultados vistos em relação à variável idade, a amostra pesquisada em Florianópolis (1995 e 1997) e Blumenau também possui índices mais altos de indivíduos casados. A cidade de Natal também apresentou um percentual de casais acima da média, decorrente do pequeno número de pessoas entrevistadas na categoria de viúvos ou divorciados;
- c) em relação à variável renda mensal, em média, cerca de 10% dos entrevistados possuem uma renda até R\$1000, 30% entre R\$1.000 e R\$2.000, 23% entre R\$2.000 e R\$3.000, 14% entre R\$3.000 e R\$4.000 e 13% acima de R\$4.000. Entre as cidades pesquisadas, Pelotas, Caxias, Florianópolis (1998), Santa Maria e Belém possuem as rendas mais baixas;
- d) em média, a amostra é igualmente dividida entre assalariados (públicos e privados) e autônomos. Em destaque, aparecem Natal e Florianópolis com o maior índice de assalariados públicos;
- e) o tamanho das famílias pesquisadas varia entre as diversas categorias, sendo que, em média, é possível destacar uma maior participação de famílias compostas de até 4 pessoas (cerca de 80%);
- f) em relação ao tipo de residência atual, percebe-se que a amostra é igualmente distribuída entre os que moram em casa e apartamento. Em destaque, aparecem apenas as cidades de Recife e Vitória com respectivamente 67% e 74% dos entrevistados morando em apartamentos;
- g) em relação à condição de propriedade, pode-se perceber que cerca de 70% da população pesquisada já mora em residência própria e que dentre eles, em média, 78% já tem o imóvel completamente quitado. Isto levanta uma reflexão sobre o argumento comumente utilizado pelos organizadores das feiras, para que as pessoas venham buscar um imóvel e sair do aluguel;
- h) em relação ao tempo de residência, em média, 41% da amostra mora no atual imóvel por até quatro anos. Evidenciando novamente uma caracterização diferenciada das pesquisas

realizadas em 1995 e 1997 em Florianópolis, a amostra pesquisada nesta mesma cidade em 1998 possui tempos de residência bem menores do que a média;

- i) a distribuição da listagem dos bens que os clientes estão dispostos a colocar no negócio é também variada. Como regra geral, a mais fortemente citada é a poupança, seguida do imóvel onde eles residem e do fundo de garantia por tempo de serviço (FGTS);
- j) em média, cerca de 70% dos imóveis demandados estão na faixa de preço que vai até R\$80.000. Em Belém, Santa Maria, Pelotas e Passo Fundo estão os percentuais mais altos de famílias que procuram imóveis de mais baixo valor (até R\$50.000). Por outro lado, em Porto Alegre, Caxias e Florianópolis, estão as famílias que estão dispostas a pagar por imóveis de mais alto valor (acima de R\$110.000);
- k) em relação à forma de pagamento, em média, 75% da amostra pesquisada gostaria de obter um financiamento. Esta variável é a que apresenta um comportamento mais assemelhado entre as cidades;
- l) a urgência da compra pode ser analisada a partir da variável referente ao prazo, em meses, até a compra efetiva do novo imóvel. Em média, 38% dos clientes assinalam prazos inferiores a 6 meses, sendo uma urgência maior observada em Florianópolis (1995 e 1997), Natal e Recife. Mais uma vez a amostra pesquisa em 1998 na cidade de Florianópolis possui um comportamento diferenciado, com 59% dos entrevistados declarando estarem dispostos a esperar mais de 2 anos até a compra efetiva do imóvel desejado;
- m) a urgência da compra também pode ser analisada de acordo com o desejo em relação à fase de construção do empreendimento. Em média, 40% dos entrevistados esperam que o imóvel esteja disponível para compra. No entanto, esta variável também pode indicar o desejo de segurança em relação à entrega efetiva do imóvel a ser comprado;
- n) em relação ao uso do imóvel, em média 85% dos clientes querem comprar para uso próprio, 4% para parentes ou filhos e 11% para investimento. As pesquisas de Florianópolis (1995 e 1997), Pelotas, Passo Fundo e Porto Alegre possuem os maiores percentuais de clientes que desejam comprar para parentes ou filhos;
- o) em relação ao tipo de imóvel procurado, em média, 73% da amostra deseja comprar um apartamento, sendo portanto a demanda por casas bem menor. Índices maiores desta categoria, no entanto, aparecem em Recife e Vitória;
- p) o tipo de imóvel mais procurado é o de três quartos (em média, com 48% da preferência), mas existe um porção de mercado forte para os imóveis de dois quartos (38% na média). A demanda por dois quartos é ainda maior em Belém, Santa Maria, Passo Fundo, Florianópolis (1998) e Porto Alegre. Cabe registrar que existe um indício, obtido a partir da análise dos dados das cidades onde a pesquisa foi feita mais do que uma vez, que o mercado de imóveis de três quartos está diminuindo em função do aumento da demanda por imóveis de dois quartos;
- q) em relação ao número de suítes e o número de garagens, a maioria dos entrevistados prefere imóveis com uma suíte (74%, em média) e uma garagem (49%, em média). O destaque maior é o da cidade de Natal, que demanda mais suítes e mais garagens;
- r) a dependência completa de emprega é um atributo desejado, em média, por 52% dos entrevistados. Percentuais maiores do que estes são encontrados em Recife, Natal e Pelotas.

Análises descritivas também foram feitas para examinar a aceitação dos atributos nas diversas cidades. Neste caso, só são analisados as respostas dadas por clientes que tinham intenção de comprar imóvel para uso próprio, sendo o mesmo uma casa ou um apartamento. Entre as constatações que podem ser elencadas, citam-se:

- a) em linhas gerais, os atributos que possuem aceitação superior a metade da amostra são: existência de sacada, aumento da área de serviço, aumento do tamanho da cozinha para colocar uma mesa de refeições, existência de portaria, água quente, aterramento, aumento do

número do tomadas e interruptores, box, ducha higiênica, TV a cabo, espera para ar condicionado, central de alarme, qualidade dos materiais cerâmicos, das janelas e portas, menor número de blocos e de apartamentos por andar, melhor isolamento acústico, melhor orientação solar e renome da construtora;

- b) em linhas gerais, os atributos que possuem aceitação inferior a metade da amostra são: sacada com churrasqueira, lavabo, aumento do tamanho da sala, dependência de empregada e sua reversibilidade, despensa, entrada de serviço independente, escritório, *closet*, salão de festas, quadra poliesportiva, piscina, apartamento do zelador, bicicletário, churrasqueira coletiva, depósito individual, hall mobiliado, playground, sauna, banheira de hidromassagem, lareira, elevador em prédio de menos de cinco andares e qualidade do material da fachada;
- c) a sacada na sala é altamente valorizada pelos clientes das diversas cidades pesquisadas, aparecendo ainda com maior destaque nas cidades de Passo Fundo, Santa Maria e Recife;
- d) é baixa a aceitação pelos itens ligados à área de lazer, com exceção apenas de Natal e Florianópolis;
- e) é alta a aceitação dos equipamentos ligados à segurança do prédio em todas as cidades.

Em relação aos itens contraditórios, as principais conclusões são delineadas com base na média das respostas obtidas nas cidades onde este tipo de questão foi incluída. São elas:

- a) a área íntima é mais importante do que a área social em todas as cidades, à exceção de Florianópolis;
- b) a área social é mais importante do que a área de serviço em todas as cidades;
- c) é mais importante um pequeno número de ambientes maiores do que um maior número de ambientes menores em todas as cidades. A mesma tendência é evidenciada na maior aceitabilidade de um projeto com um menor número de suítes e com dormitórios maiores;
- d) é mais importante o tamanho relativos dos quartos do que o dos banheiros em todas as cidades;
- e) é mais importante o espaço para mesa de refeições na cozinha do que o tamanho da sala em todas as cidades;
- f) é preferível uma sala menor com varanda do que uma sala maior sem varanda, à exceção de Pelotas;
- g) é preferível um quarto maior sem varanda do que um quarto menor com varanda, em todas as cidades;
- h) a despensa é preferida ao lavabo em todas as cidades;
- i) é preferível menos área de lazer do que mais área de lazer em todas as cidades (quando cotejado com possíveis aumentos da taxa condominial);
- j) é mais importante a área privativa do imóvel do que a área de lazer, em todas as cidades;
- k) é preferível a existência de churrasqueiras individuais do que coletiva, em todas as cidades;
- l) a localização do imóvel é mais importante do que sua área privativa, em todas as cidades, exceto Blumenau;
- m) o padrão do imóvel é mais importante do que sua área privativa, em todas as cidades;
- n) os equipamentos são mais importantes do que a área privativa em todas as cidades, a exceção de Florianópolis;
- o) é preferível que o imóvel seja entregue sem equipamentos e mais barato do que com equipamentos e mais caros em todas as cidades, exceto em Florianópolis;

- p) é preferível uma cozinha maior sem equipamentos do que uma menor que já seja entregue equipada com bancada de granito e armários, em todas as cidades;
- q) o acabamento interno do imóvel é mais importante do que a qualidade dos materiais utilizados nas fachadas.

4 REFLEXÕES CONCLUSIVAS

A análise dos dados mostra que existe uma certa homogeneidade no comportamento declarado de compra das pessoas entrevistadas nas onze cidades brasileiras. Pela caracterização feita na seção 4, com base em dados geográficos e econômicos das cidades, era de se esperar que maiores distinções aparecessem. Algumas explicações podem ser dadas a este achado, como a pouca diferenciação existente entre as pessoas que freqüentam eventos imobiliários ou, de maneira mais complexa, o comportamento da demanda pode estar refletindo as características dos imóveis que estão à disposição no mercado. Corroborando esta hipótese, Brandão (2003) também encontrou uma baixa variabilidade arquitetônica entre os empreendimentos imobiliários ofertados no Brasil.

Como consequência direta deste resultado, análises particulares e em profundidade devem ser procedidas nos casos onde um segmento-alvo específico necessita ser pesquisado. Esta constatação vem a reforçar a necessidade de análises segmentadas quando do planejamento de novos empreendimentos. Uma outra observação é que os dados apresentados de maneira generalizada, assim como feito neste trabalho, servem para mostrar um esboço do perfil de compradores residenciais, com pouca utilidade para tomada de decisão acerca do desenvolvimento do produto habitacional.

Os autores do trabalho reconhecem a limitação amostral e temporal dos dados aqui apresentados. No entanto, a pesquisa tinha o intuito de registrar as preferências habitacionais de compradores potenciais brasileiros dentro de um determinado período, lançando luz para discussão de caminhos futuros. Em estudos posteriores se abre espaço, por exemplo, para discussão sobre metodologias alternativas: quantitativas que privilegiem a representatividade da população ou qualitativa que explore com maior profundidade as razões para a valorização de certos atributos residenciais. Além disto, considerando-se o custo envolvido em entrevistas pessoais, deveria se discutir opções que contemplem novas formas de obtenção e análise de dados mercadológicos.

Ouvir o consumidor parece ser um caminho sem volta (ou não?). Depois de dez anos da primeira pesquisa e da empolgação daquela época, talvez seja o momento de refletir sobre o real uso dos dados ou sobre o interesse neles por parte daqueles que deveriam usá-los na tomada de decisões. Longe de querer levantar uma polêmica inconseqüente, o que se busca agora é uma reflexão mais madura, que enfoque inclusive a possível associação existente entre orientação para o mercado e lucratividade das empresas de construção. Sem dúvida, isto poderia colocar em cheque conceitos já estruturados, como a definição do briefing do projeto a partir de dados quantitativos obtidos junto aos clientes, mas também poderia ser benéfica a medida que o papel da universidade pudesse ser direcionada para geração de conhecimento de maior aplicabilidade junto ao meio empresarial. Se este é o foco, cabe a universidade identificar interlocutores mais ávidos pelo resultado de suas pesquisas.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, J. M. **Identificação das necessidades de formação profissional do corretor de imóveis a partir da percepção dos agentes do mercado imobiliário de Florianópolis**. Florianópolis, 1997. 135p. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina.

BRANDÃO, D. Q. **Diversidade e potencial de flexibilidade de arranjos espaciais de apartamentos: uma análise do produto imobiliário brasileiro**. Florianópolis, 2003. 246p. Tese de Doutorado - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina.

FREITAS, A. A. F. **Modelagem Comportamental dos Decisores Através de Técnicas de Preferência Declarada** - Uma Aplicação no Setor Imobiliário de Florianópolis-SC. Florianópolis, 1995. 135p. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina.

FREITAS, A. A. F. **Segmentação do Mercado Imobiliário Utilizando Dados de Preferência Declarada**. Florianópolis, 2000. 246p. Tese de Doutorado - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina.

HEINECK, L.F.M.; FREITAS, A.A. F. Linhas de pesquisa no estudo do comportamento do consumidor: da mobilidade residencial à avaliação pós-ocupação. **Revista Ambiente Construído**. Porto Alegre: , v.3, n.1, p.25 - 33, 2003.

IBGE, **Base de Informações Municipais**. Rio de Janeiro, IBGE, 1998. (CD-ROM).

OLIVEIRA, M. C. G. **Os Fatores Determinantes da Satisfação Pós-Ocupacional de Usuários de Ambientes Residenciais**. Florianópolis, 1998. 182 p. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina.