

INVESTIGAÇÃO DO COMPORTAMENTO DOS CLIENTES DO MERCADO IMOBILIÁRIO – PROPOSTAS CONCEITUAIS E METODOLÓGICAS

Autoria: Maria Carolina Gomes de Oliveira Brandstetter, Luiz Fernando Mahlmann Heineck

RESUMO

Este trabalho apresenta propostas conceituais e metodológicas de investigação do comportamento do consumidor em relação ao produto moradia. Nas últimas décadas poucos estudos focaram a análise deste comportamento de modo abrangente, existindo, portanto uma necessidade latente de uma investigação aprofundada sobre o tema, que possa unir o clássico modelo teórico do comportamento do consumidor largamente pesquisado pelo marketing às teorias que trataram de algum momento do comportamento de compra e satisfação em relação ao imóvel. O trabalho inicia com uma revisão conceitual das teorias de comportamento dos clientes do mercado residencial, buscando unir as teorias de três referenciais teóricos distintos, porém complementares: marketing, geografia e arquitetura. O método de pesquisa proposto é o estudo de caso múltiplo com a descrição de três casos estudados. Uma estrutura de investigação do comportamento de escolha, mobilidade e satisfação residenciais é proposta, baseando-se no conceito de carreiras habitacionais. A investigação conclui salientando a importância dos aspectos comportamentais e demográficos dos diversos arranjos familiares sobre o processo de formação da satisfação residencial e os motivos que provocam a mobilidade ao longo da carreira habitacional.

Palavras-chave: comportamento do consumidor, satisfação residencial, mobilidade residencial, carreira habitacional, avaliação pós-ocupação.

1. INTRODUÇÃO

O comportamento do consumidor constitui uma área de pesquisa já fortemente difundida tanto no mercado quanto no ambiente acadêmico. O reconhecimento de sua importância perante o mercado decorre da consolidação do tema como provedor de informações significativas relativas à demanda, capazes de garantir não somente a sobrevivência, mas também a diferenciação perante a concorrência. O conhecimento sobre os fatores que agregam valor ao consumidor é de suma importância para qualquer empresa e empreendimentos diversos.

O reconhecimento do tema na área acadêmica vincula-se essencialmente ao marketing, mediante uma vasta literatura que abrange diversos conceitos que vão desde o momento anterior à decisão da compra até as atitudes após o consumo.

No contexto do produto habitação, o comportamento do consumidor vem sendo abordado por duas vertentes de pesquisa principais. Uma diz respeito às relações que investigam a interação entre o homem e a edificação, conhecida como as relações ambiente-comportamento, geralmente vinculadas a aspectos já largamente difundidos pela arquitetura e psicologia ambiental.

A outra vertente refere-se ao comportamento do usuário discutido pelos textos de geografia sócio-econômica e demográfica. Nesta última literatura o comportamento do consumidor em relação à habitação é tratado com ênfases diversas que envolvem geralmente os processos de mobilidade, escolha e satisfação residenciais.

Para se entender de modo abrangente o tema dentro do contexto da habitação, torna-se necessário tratá-lo enfocando os aspectos conceituais que já foram desenvolvidos em cada área científica. Para tanto, cabe buscar uma adequação dos conceitos de modo a estabelecer

uma noção única, precisa e abrangente do tema.

Parte-se do pressuposto de que tais literaturas se complementam e permitem uma discussão única capaz de compatibilizar os conceitos fortemente consolidados pelo marketing aos conceitos da literatura voltada à moradia.

Busca-se também suprir o cenário da pesquisa científica nacional relativa à habitação sobre teorias voltadas ao comportamento de consumo, as quais freqüentemente estão relacionadas a produtos de rápido consumo e de múltiplas compras.

A originalidade do trabalho também é justificada à medida que se busca analisar o comportamento dos clientes do mercado imobiliário a partir da consideração conjunta dos processos de mobilidade, satisfação e escolha da nova moradia e propõe uma metodologia para avaliar a carreira habitacional, conceito que vincula a trajetória da mobilidade geográfica com outras trajetórias paralelas no curso da vida como educação, trabalho e família.

O estudo pretende, assim, contribuir com o desenvolvimento desta área temática no cenário nacional, permitindo em conjunto o aprimoramento metodológico de avaliação de preferências habitacionais.

Inicialmente é apresentada uma breve descrição da literatura que embasa a proposta conceitual do trabalho, englobando três literaturas distintas e complementares: o marketing, a geografia e a arquitetura. O modelo conceitual concebido é proposto mediante a operacionalização do conceito de carreira habitacional. Na sequência, são descritos a metodologia aplicada e três estudos de caso realizados. Posteriormente é feita uma análise conclusiva em relação aos aspectos conceituais e metodológicos tratados no presente trabalho.

2. REVISÃO DA LITERATURA DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

2.1. O Contexto do Marketing

O modelo clássico do comportamento do consumidor desenvolvido por Engel *et al* (1993) é constituído por quatro etapas: [i] a entrada da informação, que se refere a toda informação recebida pelo consumidor que será básica para a decisão de compra; [ii] o processamento de informação e [iii] as variáveis de influência do processo de decisão de compra, os quais envolvem a exposição, atenção, compreensão e aceitação da informação, considerando as variáveis intrínsecas ao consumidor como personalidade, cultura, estilos de vida, grupos de referência, família e influências situacionais; [iv] o processo de decisão de compra.

Esta última etapa é constituída por cinco estágios: o reconhecimento do problema, a busca de informações, a avaliação de alternativas, a decisão de compra que consiste na seleção de uma alternativa entre todas as avaliadas a partir de um juízo de valor e o comportamento pós-compra que consiste essencialmente no comportamento relativo à satisfação do consumidor.

Nos últimos anos uma forte reflexão tem sido feita sobre os trabalhos na área do comportamento do consumidor no intuito de trazer à tona a discussão sobre os métodos utilizados nas pesquisas e essencialmente o papel dos consumidores enquanto ativos no momento da pesquisa (Seid, 2003; Carbone, 2003).

Ainda que se tenha obtido o aperfeiçoamento das técnicas quantitativas e qualitativas, o avanço permitido pela tecnologia de captura da informação, recursos computacionais e procedimentos estatísticos sofisticados, muitos desafios ainda cercam a compreensão do comportamento e do pensamento do consumidor (Zaltman, 1996, 2000; Rossi & Hor-Meyll, 2001).

A opinião que diversas limitações são impostas ao desenvolvimento do conhecimento nas ciências sociais devido à ênfase dada aos métodos quantitativos é compartilhada por vários estudiosos da área (Morgan & Smircich; Hirschman & Holbrook apud Rossi & Hor-

Meyll, 2001; Zaltman, & Moorman, 1989; Zaltman 1997, 2000).

Segundo Morgan & Smircich (apud Rossi & Hor-Meyll, 2001): “*Os métodos quantitativos usados nas ciências sociais são apropriados para capturar uma visão do mundo social como uma estrutura concreta. Ao manipular dados por meio de abordagens quantitativas, tais como análises estatísticas multivariadas, os cientistas sociais estão, na verdade, tentando congelar o mundo social em uma imobilidade estruturada e reduzir o papel dos seres humanos a elementos sujeitos à influência de um conjunto de forças mais ou menos determinísticas. Eles estão presumindo que o mundo social presta-se a uma forma objetiva de mensuração e que os cientistas sociais podem revelar a natureza desse mundo ao examinar relações legítimas entre elementos que, em prol de definição e mensuração precisas, têm que ser extraídos do contexto*”.

Sob esta nova ótica o indivíduo não é apenas um agente cognitivo, sendo o comportamento caracterizado por três participantes: pessoas (indivíduos e grupos), envolvidas em atividades (ações e relacionamentos interpessoais), que criam experiências (incluindo as experiências de como obter, usar e lidar com bens e serviços) (Zaltman, 1995; Rossi & Hor-Meyll, 2001; Zinkhan & Braunsberger, 2002).

Devido a essa complexidade, o tema exige a necessidade da utilização de abordagens multidisciplinares, uma vez que a consideração de um modelo criado a partir de uma abordagem única poderia gerar uma limitação ao entendimento desse processo complexo e dinâmico do consumo.

2.2. O Contexto da Arquitetura e Geografia

A metodologia utilizada para identificar as preferências em relação aos atributos da habitação a partir do ponto de vista de usuários são conhecidas como métodos de preferência revelada. Tal metodologia é definida por alguns autores como pesquisas retrospectivas, devido ao seu fundamento no comportamento atual e real dos entrevistados (Clark & Onaka, 1983; Floor & Van Kempen, 1997).

O uso de métodos e técnicas para obtenção de dados sobre o ambiente construído a partir do julgamento de usuários constitui-se no fundamento da Avaliação Pós-Ocupação (Preiser & Rabinowitz, 1988), metodologia já largamente consolidada no âmbito da arquitetura. Ainda que a APO busque a avaliação do ambiente pela ótica do usuário, a grande maioria dos trabalhos realizados em âmbito nacional possui enfoque em aspectos técnico-construtivos e não nos fatores que provocam a mobilidade residencial.

A APO tem entre suas funções primordiais a retroalimentação de aspectos do sistema construtivo que provocam a insatisfação dos usuários tais como, por exemplo, problemas de instalações e condições de conforto ambiental, mas não busca detectar as motivações que de fato levam ao limite da insatisfação e provocam a busca de uma nova moradia. Esta é a ótica que prevalece nos trabalhos sobre comportamento do usuário pertencentes à literatura sócio-demográfica.

Os textos provenientes da geografia estabelecem o comportamento do consumidor do mercado habitacional a partir da perspectiva do processo de mobilidade residencial. Parte-se do pressuposto que o comportamento de consumo é formado por etapas seqüenciais que envolvem desde o reconhecimento dos motivos que levam à busca de uma nova moradia, a etapa de escolha desta nova habitação e a etapa subsequente à compra, caracterizada pela formação da satisfação residencial. Estas etapas compreendem três tipos diferentes de estudos: mobilidade, escolha e satisfação residenciais.

A mobilidade residencial é vista como o resultado de um processo que se inicia a partir da avaliação da condição de moradia atual e compreende uma decisão entre mudar ou permanecer na mesma habitação considerando as alternativas ofertadas pelo mercado.

Uma hipótese em comum entre vários trabalhos sobre a mobilidade residencial é que

as pessoas mudam para melhorar a qualidade de suas moradias ou, em outras palavras, que raramente as pessoas realizam uma mudança voluntária a menos que exista uma adequação positiva em relação à próxima moradia (Speare et al, 1975; Goodman, 1976; Newman & Duncan, 1979; Rossi, 1980).

O processo de mudança pode ser dividido em distintos passos. O ponto inicial do processo é a decisão de deixar a atual moradia. Entre aqueles que decidem pela mudança voluntariamente, a característica fundamental desta etapa reside na insatisfação que leva ao desejo de mudança. A busca por uma nova moradia é o próximo estágio do processo de mudança, o qual faz parte do processo de escolha.

Tipicamente uma família utiliza várias opções para buscar conhecimento sobre oportunidades de moradia. Entre as fontes mais utilizadas estão os jornais, contatos pessoais tais como família e amigos, além de corretores e agências imobiliárias, os quais normalmente são mais utilizados nos casos de compra (Rossi, 1980).

No caso de mudanças que são cruciais para o bem-estar familiar ou individual, como a formação e separação familiares e uma mudança de emprego, a intensidade da busca torna-se alta. No caso do objetivo principal da mudança estar relacionado a uma antecipação de um futuro ajuste entre família e ambiente residencial, como a escolha de uma localização adequada para futuros filhos, a intensidade da busca tende a ser menor e mais voltada aos aspectos situacionais (Hooimeijer & Oskamp, 1996).

No processo de aquisição de informações sobre as variáveis e critérios de escolha, primeiramente o decisor obtém informações sobre as variáveis ambientais e de localização, tais como a distância ao local de trabalho, composição da vizinhança, localização de parentes e amigos, localização de escolas, taxas condomoniais, distância a supermercados, transporte local, entre outros. Posteriormente começa-se a obter informações sobre a unidade residencial, tais como número de quartos, custos, tamanho da residência, estilo arquitetônico, entre outros aspectos ambientais. Tais informações dominam a parte final do processo de escolha. Certamente o custo do imóvel torna-se a mais importante variável no processo de tomada de decisão.

Na literatura sobre a escolha do imóvel, inúmeros fatores foram apontados como influenciadores deste processo, entre os quais podem ser citados: [i] características sócio-econômicas dos moradores (idade, sexo, renda, patrimônio familiar, ocupação, estado civil, estágio do ciclo de vida familiar, tempo de residência, tamanho e composição familiares, condição de propriedade do imóvel atual, tipologia do imóvel atual); [ii] circunstâncias econômicas e do mercado (preço dos imóveis, financiamentos, inflação, volume de construções, entre outros); [iii] características do imóvel desejado (localização, área, projeto, equipamentos, padrão).

Os estudos que tratam da satisfação residencial podem ser agrupados em duas diferentes categorias, segundo a classificação de Weidemann & Anderson (1985 apud Francescato et al, 1989): [i] estudos da satisfação como um critério de avaliação da qualidade residencial onde a satisfação é uma variável dependente (Galster, 1987; Marans, Rodgers e Spreckelmeyer; Francescato et al., 1989; Amerigo & Aragones, 1997) e [ii] estudos da satisfação associados à mobilidade residencial onde a satisfação é considerada um fator determinante da mobilidade e geralmente uma variável independente (Speare et al, 1975; Varady, 1983; Landale & Guest, 1985; Moore, 1986; McHugh et al, 1990; Lee et al, 1994 apud Lu, 1998).

A teoria estabelece que as características dos moradores e da localização (vizinhança, distância a conveniências e trabalho, laços sociais) influenciam o desejo pela mudança uma vez que afetam a satisfação residencial. Considera-se que as variáveis apontadas pela literatura relacionadas empiricamente com a mobilidade tais como a idade (Goldscheider, 1971 apud Landale & Guest, 1985), estágio do ciclo de vida familiar (Rossi, 1980; Simmons,

1968), propriedade do imóvel (Speare, 1970) e duração da residência (Morrison, 1967 apud Landale & Guest, 1985; Speare, 1970) não afetam nem a consideração da mudança, nem a mobilidade diretamente. Ou seja, tais variáveis servem para aumentar ou diminuir a satisfação subjetiva com a moradia e esta, por sua vez, é que determina se um processo de busca por novas alternativas residenciais será iniciado.

Em um dos poucos exemplos nacionais de pesquisa sobre a satisfação residencial como variável interveniente do processo de mobilidade, Oliveira (1998) estabelece que as características pessoais, em especial o estágio do ciclo de vida familiar, a situação econômica e o aspecto diretamente relacionado ao motivo disparador do processo de mobilidade constituem os fatores mais fortemente relacionados com a satisfação residencial, em detrimento de outros fatores como os aspectos técnico-construtivos da moradia.

Há uma carência de trabalhos no cenário científico nacional que tratem do processo de satisfação, escolha e mobilidade residenciais de forma conjunta. Muitos trabalhos que trataram da escolha do imóvel ou da satisfação residencial possuem cunho quantitativo, geralmente explorando grandes massas de dados estatísticos que levam à redução das variáveis passíveis de análise. Desta forma, muitas variáveis que influenciam o comportamento de consumo, tal como o estilo de vida, não são facilmente mensuráveis, necessitando de uma metodologia de cunho qualitativo em sua abordagem.

Torna-se, portanto, imprescindível um estudo aprofundado sobre o comportamento do consumidor do mercado de habitações de modo a permitir o desenvolvimento de novos estudos, inclusive sobre segmentação da demanda.

2.3. Modelo Conceitual Proposto

A correlação entre as três abordagens é necessária no intuito de enxergar a total abrangência do tema. A Figura 1, a seguir, apresenta um esquema representativo desta correlação.

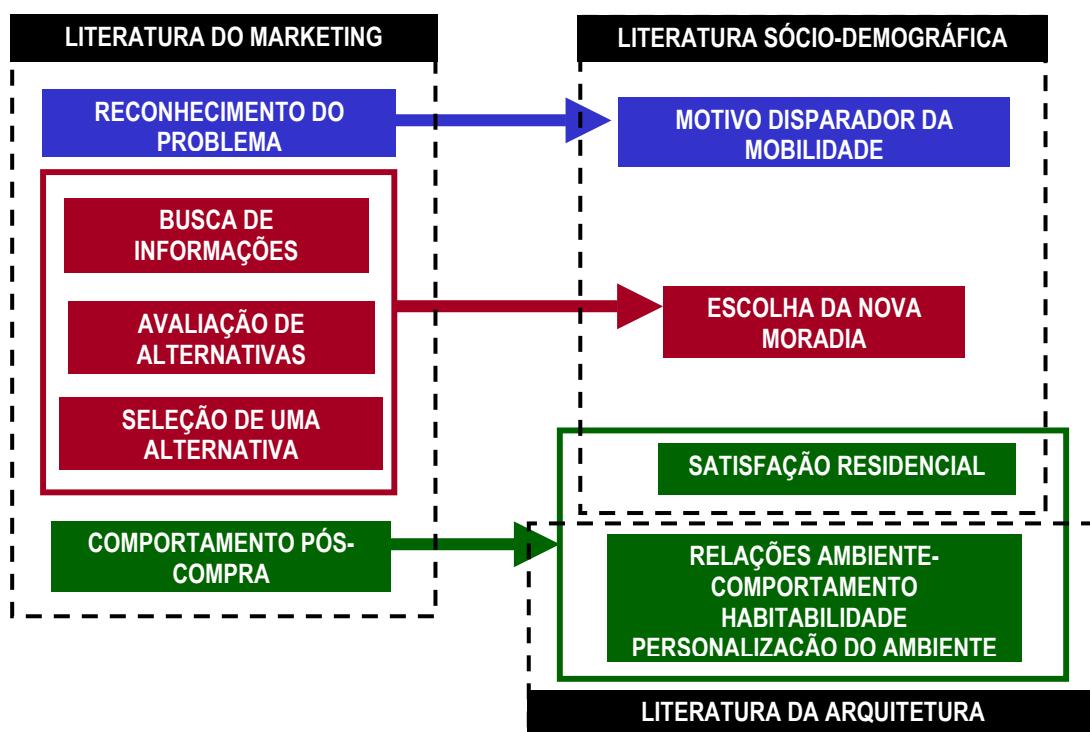


Figura 1 – Correlação dos modelos teóricos sobre o comportamento do consumidor

Conforme apresentado na Figura 1, é possível correlacionar a seqüência tradicional dos estágios que envolvem o processo de decisão de compra do consumidor definida

classicamente pelo marketing com a seqüência desenvolvida pelos estudiosos da área demográfica, a qual envolve os processos da mobilidade residencial, a escolha da nova habitação e a satisfação residencial.

A ótica arquitetônica sobre as relações ambiente-comportamento encontra-se particularmente relacionada com o momento após a compra, ou seja, durante a grande etapa de uso. É nesta etapa que ocorre a interação entre morador e moradia, desenvolvendo, portanto, os fenômenos do comportamento que, dependendo das características pessoais de cada morador, irão influenciar em maior ou menor grau a sua satisfação em relação à habitação.

A visão que une as diferentes óticas literárias pode ser associada aos aspectos conceituais que norteiam a definição de carreira habitacional.

Estudos mais recentes na área da mobilidade residencial aplicaram o conceito de carreira habitacional como mais adequado aos novos padrões de comportamento do mercado. Tal conceito pode ser definido como a seqüência de moradias que uma família em particular ocupa ao longo do tempo, ou seja, a história residencial familiar (Pickles & Davies, 1985). Obviamente a carreira habitacional está condicionada aos limites orçamentários familiares ao competir com outros consumos ao longo da vida. Parte-se do pressuposto que muitos consumos podem variar sistematicamente com a passagem pelo ciclo de vida.

A perspectiva da carreira habitacional refere-se à jornada de cada indivíduo desde o nascimento. A seqüência de eventos e atividades tem sido o aspecto central da pesquisa sobre este conceito. Ao contrário da abordagem tradicional do ciclo de vida, que presume uma maior regularidade e tende a desconsiderar muitos cursos alternativos divergentes, a carreira habitacional não impõe nenhuma direção ou formato pré-definido (Goldani, 1998).

A Figura 2, a seguir, ilustra de modo esquemático a seqüência de habitações ao longo da vida e os processos de mobilidade residencial, incluindo o evento disparador capaz de romper o equilíbrio da satisfação, a intenção da mudança confirmada pelo reconhecimento do problema, a escolha (busca, avaliação e seleção de alternativas) e posteriormente o novo período de satisfação com a moradia subsequente.

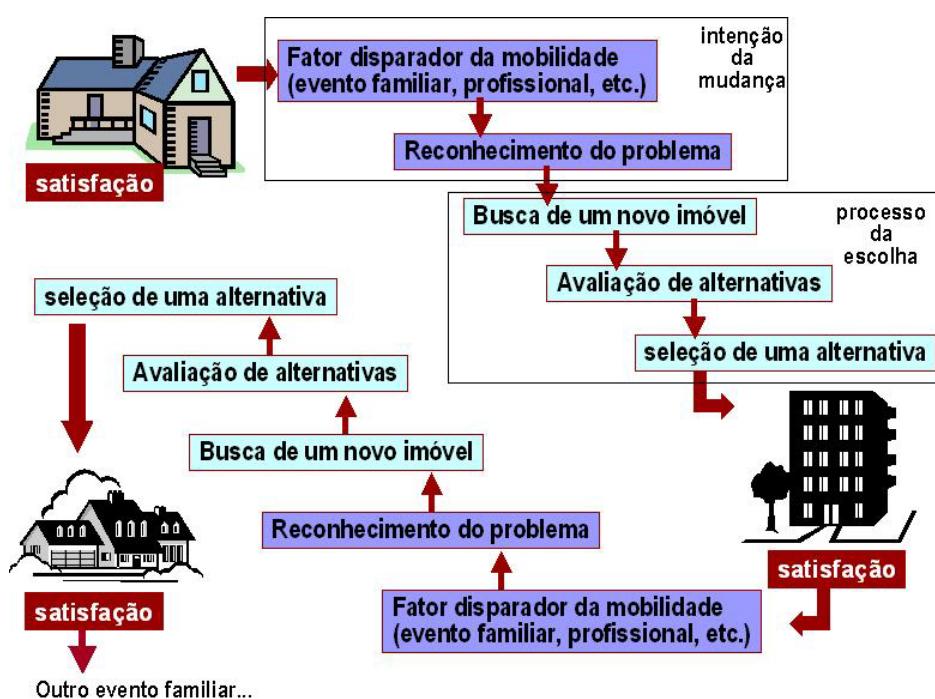


Figura 2 – Seqüência de moradias ao longo da carreira habitacional

Geralmente as pesquisas sobre carreiras habitacionais estão centradas em quatro temas: o momento em que locatários se tornam proprietários; o momento em que pessoas nos últimos estágios do ciclo de vida mudam para habitações menores em decorrência da menor necessidade de espaço; possíveis emergências de mudanças retrógradas na carreira habitacional (por exemplo, o retorno ao mercado de aluguéis, a queda no padrão da moradia e o retorno a uma localização de menor qualidade) e a relação entre trabalho e carreira habitacional (Murphy, 1984; Pickles & Davies, 1991; Gober, 1992; Nordvik, 2001).

3. METODOLOGIA

O método de pesquisa proposto é o estudo de caso múltiplo para obtenção das informações pertinentes à demanda, tais como a investigação mais aprofundada sobre os fatores determinantes da satisfação residencial, os motivos que provocam a mobilidade entre moradias e a caracterização da carreira habitacional ao longo da vida. A descrição detalhada da metodologia e de todos os 50 casos estudados é encontrada em Brandstetter (2004).

Segundo Yin (2001), o estudo de caso é um tipo de pesquisa empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto de vida real, em especial quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão evidentes.

O protocolo do estudo de caso múltiplo é apresentado na sequência. A elaboração de tal documento é uma estratégia para aumentar a confiabilidade do estudo de caso. O protocolo contém uma visão geral do estudo, procedimentos e o instrumento de coleta de dados.

3.1. Visão Geral do Estudo de Caso Múltiplo

- Objetivo: investigar o comportamento da demanda habitacional a partir da análise dos processos de satisfação e mobilidade residenciais, considerando a faixa de mercado específica proposta no trabalho (classe média/ média alta).
- Fontes dos dados: [i] entrevistas previamente agendadas com as famílias escolhidas; [ii] projetos e documentos pessoais (fotos, croquis de modificações ambientais, solicitação de serviços de assistência técnica e manutenção) relacionados aos ambientes residenciais pertencentes à família; [iii] observação dos ambientes residenciais.
- Procedimentos
 - Escolha das famílias por conveniência: seleção por critérios não estatísticos e uso do critério de intencionalidade, os chamados casos típicos. A escolha por um segmento específico de estudo – o segmento de maior faixa etária (acima de 45 anos) deve-se à busca de carreiras habitacionais mais ricas. Por uma conveniência do estudo, todos os casos estudados pertencem a um mesmo segmento sócio-econômico.
 - Agendamento das entrevistas: identificar o chefe de família; expor o objetivo do trabalho para todos os membros da família; marcar a data e o horário da primeira entrevista.
 - Realização das entrevistas: expor o objetivo do trabalho; salientar o caráter do anonimato das informações; definir o registro das entrevistas (autorização para gravações, fotos e anotações); utilizar o roteiro da entrevista estruturada; proceder outro tipo de documentação dos dados como registro de fotos, relatos de assistência técnica e serviços de personalização do ambiente.
 - Análise dos dados: transcrever as anotações registradas e/ou fitas gravadas; analisar os dados de modo qualitativo confrontando com a teoria estudada; proceder uma análise comparativa entre os casos estudados.

3.2. O Instrumento de Coleta de Dados

A entrevista estruturada é dividida nas seguintes partes: [i] caracterização da família – composição familiar, idade, ocupação, renda, tempo de residência, patrimônio financeiro familiar; [ii] caracterização da história habitacional – informações sobre os processos de mobilidade residencial vivenciados mediante o questionamento da busca, escolha e satisfação de todos os imóveis que constituíram a carreira habitacional familiar; [iii] investigação da satisfação com a moradia atual abrangendo os itens: técnico-construtivos, funcionais e comportamentais em relação à moradia.

Com o intuito de melhor analisar o conceito da carreira habitacional, foi desenvolvido um esquema representativo da mesma, tendo-se como premissa conceitual a noção do paralelismo entre as carreiras profissional, habitacional, os eventos ligados ao ciclo de vida familiar e os aspectos financeiros familiares determinantes dos processos de mobilidade residencial ao longo do tempo. Para melhor visualização e representação do conceito, criou-se um eixo de referência temporal, a partir da idade do chefe de família. A Figura 3 apresenta o esquema representativo da proposta metodológica de investigação da carreira habitacional.

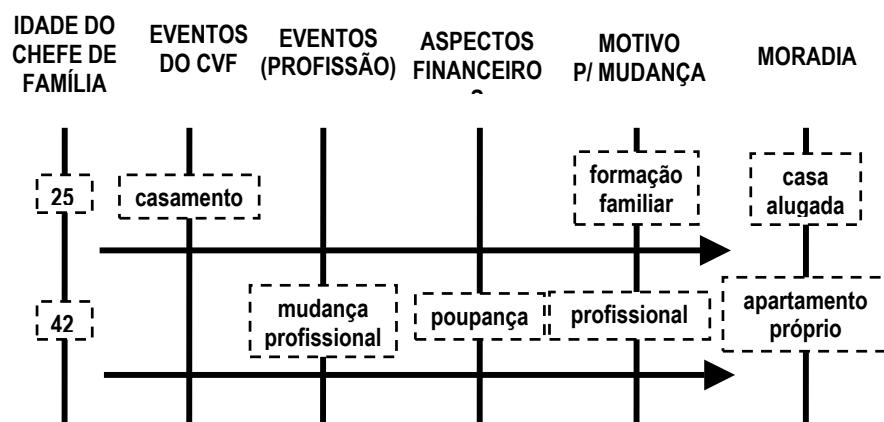


Figura 3 - Esquema representativo metodológico da carreira habitacional

Este esquema abrange as principais variáveis de investigação do comportamento da demanda: idade do chefe de família, idade dos filhos, composição familiar, estágio do ciclo de vida familiar, aspectos de renda familiar e patrimônio financeiro, ocupação profissional, motivação para mudança de moradia, tipologia do imóvel escolhido, tempo de permanência em cada moradia e condição de propriedade do imóvel.

4. APRESENTAÇÃO DOS ESTUDOS DE CASO

Segue uma análise descritiva de três estudos de caso realizados.

4.1. Estudo de Caso A

Composição do núcleo familiar na atualidade: pai (47 anos), mãe e dois filhos (18 e 19 anos)

A Figura 4 apresenta o esquema representativo da carreira habitacional do Caso A.

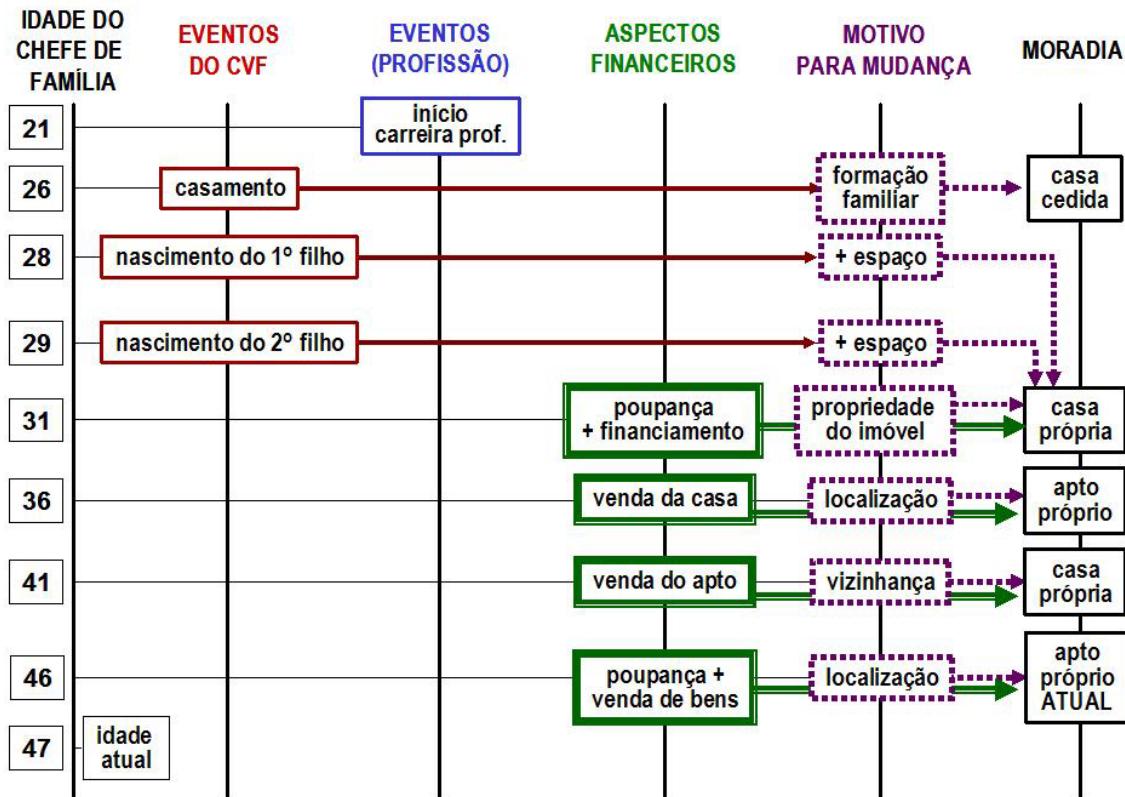


Figura 4 – Esquema representativo da carreira habitacional do Caso A

A primeira moradia familiar foi uma casa cedida pela família do marido. Dois anos mais tarde, o nascimento do primeiro filho gera a necessidade de uma moradia maior. Tal necessidade se intensifica com a chegada do segundo filho no ano seguinte.

Dois anos mais tarde com a poupança adquirida e a oportunidade de um financiamento flexível, o casal opta pela construção da casa própria. Durante os cinco anos em que a família morou nesta residência, o tráfego de carros na localização se intensificou por ocasião da construção de novos prédios e escolas no local. A insatisfação com o trânsito próximo à residência provocou a mudança da família para um apartamento em uma localização mais tranquila, conforme relato do morador.

“A localização ficou péssima por causa do tráfego de carros na nossa rua. Eu gastava muito tempo para chegar e para sair de casa. Isso fica muito complicado no dia-a-dia, porque eu tenho três locais de trabalho.” (Morador do Caso A)

Quatro anos após a mudança para o apartamento, surgiram problemas com a vizinhança do condomínio. A suspeita de companhias indevidas da filha adolescente levou o casal a optar por uma nova residência. Um ano após esta decisão, a família se muda para uma casa em um condomínio residencial fechado.

Quatro anos de permanência no condomínio residencial provocou uma grande alteração na rotina familiar e a família novamente decide pelo retorno a um apartamento mais centralizado.

“A distância do condomínio aos locais de trabalho acabava me fazendo desistir de voltar para casa na hora do almoço e de continuar freqüentando a academia à noite. Desde que meus filhos nasceram, eu nunca havia deixado de almoçar com eles. Acabou não compensando mais ficar morando no condomínio. Eu só curtia a tranquilidade do local nos finais de semana.” (Morador do Caso A)

Há um ano morando no apartamento, a família encontra-se satisfeita, em especial, pela possibilidade de retorno às atividades rotineiras familiares.

Principais aspectos de correlação entre os processos de mobilidade, escolha e satisfação: A satisfação com a moradia atual reúne os três atributos diretamente relacionados com as três últimas motivações para mudança de moradia: fácil acesso, vizinhança e localização. O apartamento atual encontra-se em um bairro residencial sem a presença de escolas e comércio que ofereçam tráfego intenso de carros, o padrão do prédio (um por andar) oferece um pequeno número de vizinhos e a localização se adequa à rotina familiar. Todas as insatisfações com as moradias anteriores foram determinantes da escolha atual e, consequentemente, da satisfação residencial.

4.2. Estudo de Caso B

Composição do núcleo familiar na atualidade: casal de idosos (71 anos)

A Figura 5 apresenta o esquema representativo da carreira habitacional do Caso B.

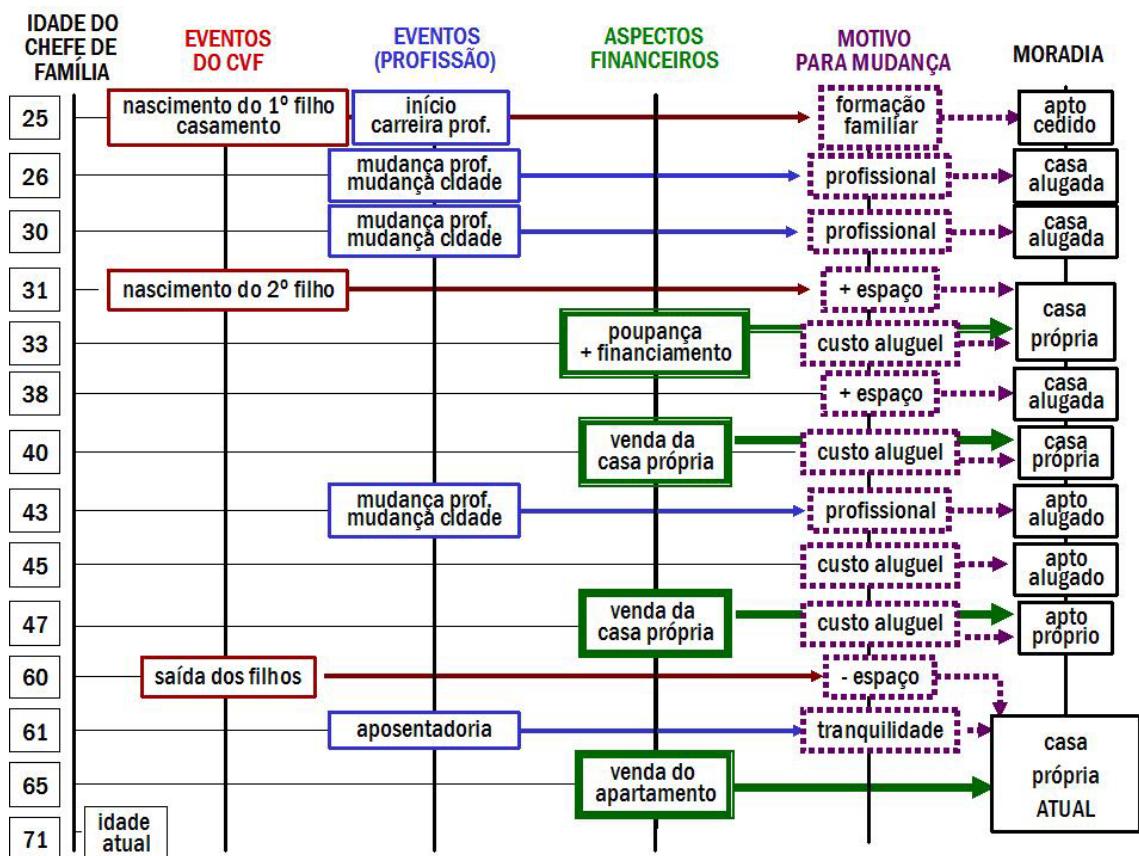


Figura 5 – Esquema representativo da carreira habitacional do Caso B

O nascimento do primeiro filho e o casamento marcam o início da formação familiar aos 25 anos de idade. A circunstância da saída da casa dos pais gera a necessidade da entrada no mercado de trabalho. A primeira moradia, uma casa cedida pela família da esposa, foi ocupada pelo casal durante um ano e meio.

Uma oportunidade de trabalho em outra cidade provoca a mudança da família para uma casa alugada. A escolha pela casa ocorreu em função do nascimento do filho. Quatro anos após, uma nova oportunidade profissional vinculada à mesma empresa empregadora do marido, provoca uma nova mudança de cidade. A escolha se repete por uma casa.

O nascimento do segundo filho gera a necessidade de uma moradia mais espaçosa. Tal necessidade em conjunto com o desejo de adquirir um imóvel próprio, iniciam um novo processo de mobilidade residencial, a partir da insatisfação com a moradia. Somente dois anos após, o casal adquire a casa própria a partir da oportunidade de um financiamento flexível e

utilizando o capital familiar poupado como entrada no novo negócio.

Cinco anos após, a entrada dos filhos na fase da adolescência gera conflitos familiares e a necessidade por uma outra moradia com mais espaço, que permitisse quartos separados para ambos os filhos. O casal, então, opta pela colocação da casa à venda e a mudança para uma casa alugada. O tempo de permanência nesta residência de um ano e meio corresponde ao tempo necessário para a venda da casa anterior. Uma nova casa própria é adquirida, então, pela família.

Três anos após esta mudança, uma nova mudança por parte da empresa empregadora do marido provoca a saída da família da cidade. A opção por um apartamento alugado na nova cidade deve-se ao fato de que o casal não tinha certeza sobre o caráter temporário deste novo cargo profissional ocupado pelo marido. Esta mesma dúvida levou o casal a optar por não vender a casa própria na outra cidade.

O custo do aluguel neste novo apartamento provoca a saída da família para um outro apartamento, dois anos depois. A satisfação com este novo apartamento nos dois anos subsequentes faz com que a família venda a casa própria na outra cidade e faça uma proposta de compra do apartamento atual. A situação de satisfação com esta moradia faz com que a família permaneça neste imóvel por treze anos. Os aspectos mais fortemente vinculados à satisfação são a localização (acesso rápido aos locais de trabalho e estudo dos filhos), a composição social da vizinhança e o padrão de acabamento da edificação. Problemas técnico-construtivos como infiltrações e manchas nas paredes dos quartos e constantes quedas de energia não foram determinantes para uma possível mudança residencial da família. Somente a saída dos filhos de casa iniciou um processo de intenção de mudança. A necessidade de uma moradia de menor espaço e a aposentadoria do marido no ano subsequente gerou o rompimento da situação de equilíbrio com a moradia. Cinco anos após a saída dos filhos, o casal optou pela venda do apartamento e a compra de uma casa.

Atualmente moram há seis anos na casa, na qual permanecem satisfeitos sem intenção de mudança. Os aspectos que mais satisfazem na casa estão ligados à vizinhança, status da região, tranquilidade do bairro e a localização acessível às conveniências da rotina familiar (comércio, farmácia e hospital). Não manifestam preocupação com a segurança, uma vez que possuem sua estrutura particular de segurança pessoal. A escolha da casa deve-se à presença de jardim e área de lazer para os netos, conforme mencionado pela moradora:

“Por quase vinte anos moramos em apartamento. Com certeza acho o apartamento mais seguro e mais fácil para manter a limpeza. Mas não consigo abrir mão da casa por causa da área verde e do espaço para meus netos brincarem. Acabamos optando por segurança própria, particular. Além disso, a área do apartamento era maior do que a área desta casa. A grande diferença fica por conta do jardim.” (Moradora do Caso B)

Principais aspectos de correlação entre os processos de mobilidade, escolha e satisfação: as localizações mais próximas ao centro urbano das moradias anteriores à atual propiciaram menor conforto ambiental no que se refere ao barulho proveniente de carros, vizinhança, proximidade de comércio e escolas. A busca por uma localização mais tranquila, quase isenta de barulhos, tornou-se o principal atributo no processo de busca do imóvel atual. A existência de área verde particular tornou-se também um atributo de valorização após a experiência vivida em casas e almejada durante o período vivido em apartamentos.

4.3. Estudo de Caso C

Composição do núcleo familiar na atualidade: pai divorciado (54 anos)

A Figura 6 apresenta o esquema representativo da carreira habitacional do Caso C.

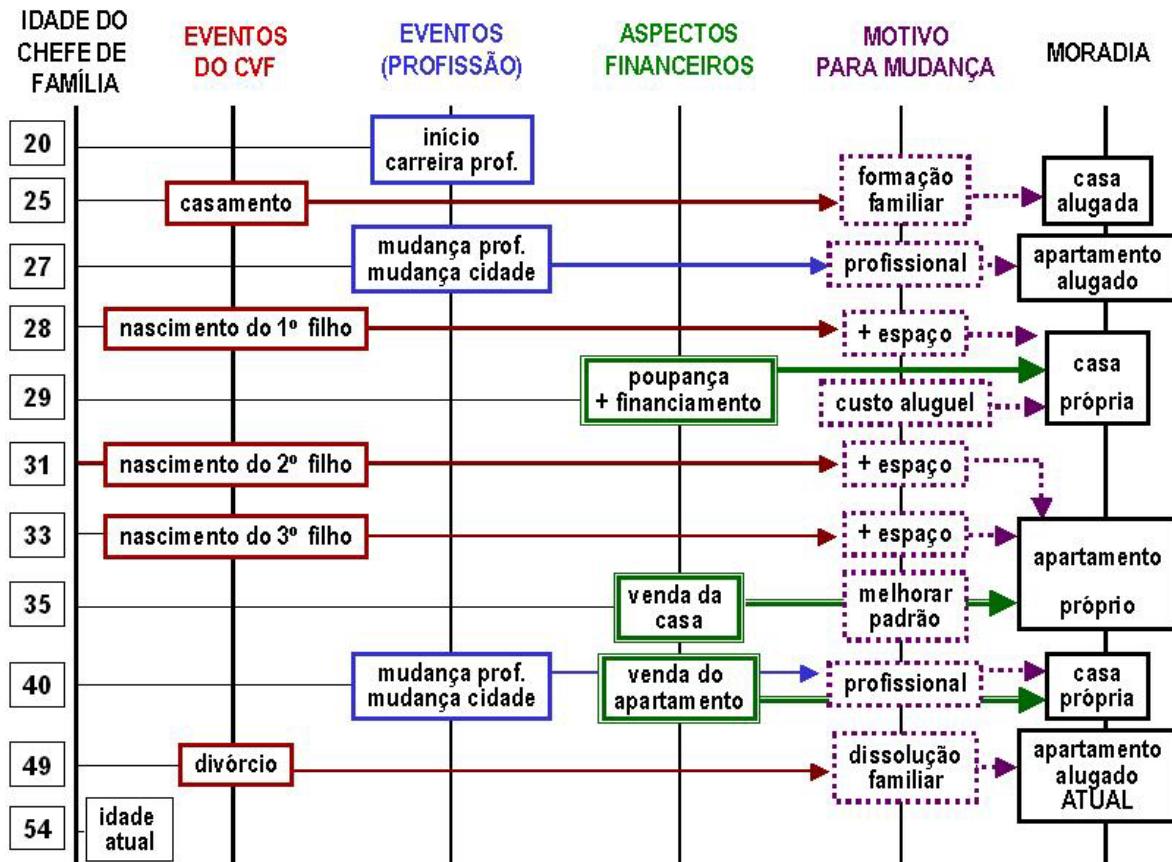


Figura 6 – Esquema representativo da carreira habitacional do Caso C

As seis moradias que constituem a carreira habitacional estão vinculadas a motivos do ciclo de vida familiar e profissional. A formação familiar há 29 anos marca o início da carreira em uma casa alugada.

A mudança do local de emprego do chefe de família provoca uma mudança de cidade e, consequentemente, a escolha de uma nova moradia – um apartamento alugado.

O nascimento do primeiro filho três anos após o casamento gera a intenção de mudança para um local maior. Tal mudança só ocorre um ano depois com menores restrições financeiras.

A oportunidade flexível do financiamento somada à poupança acumulada de quase dez anos de profissão permitem a compra do primeiro imóvel da família – uma casa localizada em bairros mais periféricos da cidade.

Nos anos subsequentes, os nascimentos dos outros dois filhos despertaram a necessidade de mais espaço na moradia, além da busca da melhoria do padrão e uma localização mais próxima da escola dos filhos. Somente quatro anos após o surgimento da intenção da mudança, a mesma se concretiza após a venda da casa até então atual. O apartamento novo adequou-se às necessidades da família de espaço, padrão e localização.

No entanto, cinco anos depois, uma nova mudança profissional provoca a saída da família da cidade. A venda do apartamento permite a compra da nova moradia – uma casa. A volta para a casa ao invés do apartamento deve-se exclusivamente à limitação da oferta do mercado imobiliário da nova cidade.

Há cinco anos o divórcio provocou a dissolução familiar e a necessidade de uma outra moradia. A família permanece morando na casa própria até os dias atuais, enquanto que o pai mudou-se para um apartamento de menor área onde atualmente vive sozinho. Os custos associados à separação limitaram os recursos financeiros de modo a inviabilizar a compra de uma nova residência.

A situação de inquilino do morador propicia um processo de formação da satisfação residencial diferenciado daquele vinculado a uma moradia própria. Não existe uma identidade com o local capaz de tornar evidente algum problema técnico (como entupimentos e problemas de esquadrias já ocorridos) por parte do morador.

Os únicos aspectos negativos percebidos mais fortemente são relativos ao barulho dos vizinhos e a composição social da vizinhança. Os aspectos positivos são a privacidade e a localização próxima ao local do trabalho, que permite diminuição de custos com o transporte. Atualmente o morador possui a intenção de mudança essencialmente relacionada ao aluguel.

Não há evidência de nenhum aspecto mais fortemente relacionado à identidade do morador com a habitação. As experiências anteriores de moradia em situações de maior conforto, não somente ligado ao padrão residencial e à propriedade do imóvel, bem como os laços familiares com a habitação, provocam o atual estado de insatisfação com a moradia.

Principais aspectos de correlação entre os processos de mobilidade, escolha e satisfação: A satisfação com as moradias sempre esteve vinculada à identidade familiar com o local. Nas mudanças voluntárias (excetuando as mudanças por motivo profissional ou devido a dissolução familiar) sempre houve a preocupação com a adequação do espaço à composição e hábitos familiares. A necessidade de um ambiente destinado ao escritório surgiu enquanto a moradia era o apartamento próprio. Tal necessidade tornou-se prioridade na construção da casa própria e critério de escolha no atual apartamento. A escolha do último apartamento, ainda que limitada à nova situação financeira do chefe de família, foi influenciada pela necessidade da existência de um segundo quarto destinado ao local do escritório. Outro aspecto relevante diz respeito à orientação solar, aspecto valorizado pelo morador desde o período de permanência no apartamento próprio.

Segue uma análise conclusiva dos casos apresentados e da metodologia utilizada no presente trabalho.

5. CONCLUSÕES

A moradia constitui um produto complexo cujo comportamento de compra da demanda difere substancialmente tanto no que se refere ao seu processo produtivo, quanto no comportamento de uso e desempenho por parte de seus clientes, quando comparado aos demais bens de conveniência.

Ao revisar tais estudos, o trabalho conclui buscando suprir a lacuna existente na literatura nacional quanto à adaptação da teoria do marketing, geralmente relacionada a produtos seriados e comportamentos de múltiplas compras, ao produto habitacional.

Os casos estudados confirmam uma série de aspectos publicados na literatura pertinente à área. Os eventos vinculados ao ciclo de vida familiar e à carreira profissional respondem pela grande maioria das mudanças residenciais ocorridas ao longo do curso da vida, conforme ilustrados nos casos apresentados. Os motivos específicos das mudanças, bem como a escolha da nova moradia, encontram-se fortemente relacionados à composição familiar do momento e os eventos que a alteram. Exemplos disso são as mudanças que buscam uma moradia maior devido ao nascimento e crescimento dos filhos ou as mudanças induzidas por formação ou dissolução familiares.

Outra confirmação da literatura diz respeito ao fato das primeiras mudanças estarem mais relacionadas à saída do mercado de aluguel e ao atendimento das necessidades de espaço, próprias da fase de expansão familiar; enquanto que as mudanças subsequentes (em estágios mais avançados) já se tornam mais voltadas para atender outras necessidades, tais como aumento de padrão e melhor composição social da vizinhança, conforme ilustrado no Caso A.

Existe uma característica predominante da melhoria da moradia ao longo da vida, ou seja, geralmente a moradia subsequente possui maior valor do que a anterior, conforme

apresentado no Caso A. A volta ao mercado de aluguel é característica somente em casos de separação familiar, conforme ilustrado no Caso C. Salienta-se também o evidente emprego da venda da moradia anterior na compra da moradia atual, o que indica a forte característica dupla da moradia como consumo e investimento.

O processo de satisfação residencial analisado nas moradias atuais evidencia a forte correlação entre satisfação atual e experiências residenciais anteriores. A grande maioria dos fatores apontados como influenciadores da satisfação geralmente está relacionada com a motivação vinculada à última mudança. Por exemplo, quando motivos relacionados ao aumento do espaço provocam a mudança, a adequação dos ambientes aos usos e hábitos da família é apontada como forte determinante da satisfação.

Dois aspectos cabem ser salientados. Primeiramente, a existência de um objetivo a ser realizado a partir da mudança de residência é uma condição necessária, mas não suficiente para a mudança acontecer. Os indivíduos mudam de moradia somente quando existem oportunidades residenciais e recursos disponíveis.

Outro aspecto diz respeito à diferenciação dos momentos da intenção da mudança e da mudança propriamente dita. Geralmente eventos ligados à família e ao trabalho geram o desejo da mudança. Entretanto a mudança somente se concretiza quando são criadas condições, quer sejam financeiras ou provenientes da oferta disponível no mercado.

Quanto à metodologia utilizada, verificou-se sua aplicabilidade quanto ao objetivo de investigação do comportamento do consumidor e da caracterização das carreiras habitacionais. Esta é a contribuição do trabalho a outras metodologias já largamente difundidas como a Avaliação Pós-Ocupação que se ocupam em investigar a relação ambiente-comportamento. A metodologia aqui apresentada desenvolve a investigação não somente da satisfação do usuário, mas todo o comportamento residencial do indivíduo ao longo da vida. Além disso, a satisfação é investigada e analisada não de modo pontual, pertencente a um único momento de consumo, mas sim, como resultante de todos os aspectos que envolvem o comportamento ao longo do tempo.

O desenvolvimento da técnica de coleta de dados, a entrevista em profundidade, bem como da estrutura de análise das carreiras sob a forma de esquemas gráficos representativos, tornaram-se fundamentais para o resgate das informações de modo preciso e abrangente.

Ainda que as entrevistas demandem um processo sistemático de coleta de informações, envolvendo tempo, recursos e maior dificuldade operacional (baixa receptividade do morador), tal instrumento adequa-se aos objetivos atuais de pesquisa na área do comportamento do consumidor. Estes objetivos vêm se tornando nos últimos anos cada vez mais voltados para a busca da completa compreensão dos mecanismos de decisão e satisfação que envolvem qualquer tipo de compra e consumo. Tal compreensão torna-se mais facilmente obtida mediante a pesquisa que envolve uma maior interação entre pesquisador e usuário.

A investigação da carreira habitacional traz para a realidade nacional a aplicação de um conceito já em constante pesquisa em outros países. Este conceito permite compreender de forma conjunta outros conceitos geralmente investigados separadamente na literatura da área, como a mobilidade, a escolha e a satisfação residenciais. Quando se investiga todo o comportamento ao longo do curso da vida, explica-se, por exemplo, por que moradores em diferentes tipos de moradias respondem de modo variado às mudanças de renda, custos dos imóveis e alterações de ciclo de vida.

Permite-se, portanto, compreender as transições ao longo do curso da vida e a forma como estas resultam de escolhas individuais e restrições pessoais. A compreensão dos processos de escolha e satisfação do consumidor torna possível o aprimoramento do produto habitacional e sua adequação à visão de valor dos usuários.

Assim como em outras áreas científicas em franco desenvolvimento das melhores

práticas de investigação do comportamento do consumidor, também a pesquisa sobre habitação não pode prescindir desta investigação mais aprofundada do tema. Entender o comportamento humano é permitir o desenvolvimento de produtos cada vez mais satisfatórios e que atendam de modo indiscriminado aos diferentes tipos de consumidores do nosso tempo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMERIGO, M., ARAGONES, J. I., A theoretical and methodological approach to the study of residential satisfaction, **Journal of Environmental Psychology**, n.17, 1997, p.47-57.
- BRANDSTETTER, Maria Carolina Gomes de Oliveira. Análise do comportamento dos clientes do mercado imobiliário com ênfase na mobilidade, escolha e satisfação residenciais. **Tese (Doutorado em Engenharia de Produção)** - Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2004. 366 p.
- CARBONE, L. P., What customers TICK: most businesses have no idea why customers behave as they do. **Marketing Management**, Vol.12, Issue 4, jul-ago, 2003, p.22-27.
- CLARK, W. A. V., ONAKA, Jun L. Life cycle and housing adjustment as explanations of residential mobility. **Urban Studies**, n.20, 1983, p.47-57.
- ENGEL, J. F., BLACKWELL, R. D., MINARD, P. W., **Consumer Behavior**, F Worth: The Dryden Press, 1993.
- FLOOR, H., VAN KEMPEN, R. Analysing housing preferences with decision plan nets. **Scandinavian Housing & Planning Research**, 14, 1997, p.27-42.
- FRANCESCATO, G., WEIDEMANN, S., ANDERSON, J. Evaluating the built environment from the user's point of view: an attitudinal model of residential satisfaction. In: **Building Evaluation**, New York, Plenum Press, 1989, p.181-198.
- GALSTER, G. C. Identifying the correlates of dwelling satisfaction - an empirical critique. **Environment and Behaviour**, Vol.19, n.5, September, 1987, p. 539-568.
- GOBER, P. Urban housing demography. **Progress in Human Geography**, Vol.16, n.2, 1992, p.171-189.
- GOLDANI, A. M., Family life course of Brazilian women: variation by cohorts in the 20th century, **Brazilian Journal of Population Studies**, Brasilia, 1, 1997/1998, p.229-244.
- GOODMAN, J.L., Housing consumption disequilibrium and local residential mobility, **Environment and Planning**, 8, 1976, p.854-875.
- HOOIMEIJER, P., OSKAMP, A. A simulation model of residential mobility and housing choice. **Netherlands Journal of Housing and the Built Environment - Special Issue Modeling Housing Choice**, Vol.11, n.3, 1996, p.313-336.
- LANDALE, N. S., GUEST, A. M. Constraints, satisfaction and residential mobility: Speare's model reconsidered. **Demography**, Vol.22, n.2, May, 1985, p.199-222.
- LU, M. Analysing migration decisionmaking: relationships between residential satisfaction, mobility intentions and moving behaviour. **Environment and Planning A**, Vol.30, 1998, p.1473-1495.
- McHUGH, K. E., GOBER, P., REID, N., Determinants of short and long term mobility expectations for home owners and renters, **Demography**, Vol.27, n.1, february, 1990, p.81-95.
- MOORE, E. G., Mobility intention and subsequent relocation, **Urban Geography**, 1986, p.497-514.
- MURPHY, M. J. The influence of fertility, early Housing Career and socioeconomic factors on tenure determination in contemporary Britain. **Environment and Planning A**, Vol.16, 1984, p.1303-1318.
- NEWMAN, Sandra J., DUNCAN, Greg J. Residential problems, dissatisfaction and mobility.

- Journal of the American Planning Association**, n.45, 1979, p.154-162.
- NORDVIK, V., A housing career perspective on risk, **Journal of Housing Economics**, 10, 2001, 456-471.
- OLIVEIRA, Maria Carolina G. Os fatores determinantes da satisfação pós-ocupacional de usuários de ambientes residenciais. **Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção)** - Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 1998. 182 p.
- PICKLES, A., DAVIES, R., The longitudinal analysis of housing careers, **Journal of Regional Science**, Vol.25, n.1, 1985, 85-101.
- PICKLES, A. R., DAVIES, R. B. The empirical analysis of housing careers: a review and a general statistics modelling framework. **Environment and Planning A**, Vol.23, p.465-484, 1991.
- PREISER, Wolfgang F. E., RABINOWITZ, **Post-occupancy evaluation**, New York, Van Nostrand Reinhold, 1988.
- ROSSI, P. **Why Families Move**. 2nd Edition, Sage Publications, London, 1980.
- ROSSI, C. A. V., HOR-MEYLL, L. F., Explorando novas trilhas na pesquisa do consumidor, In: **ENANPAD 2001 – XXV Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração**, Anais em CD-ROM , 2001.
- SEID, L., Stop the self-loathing. **Adweek**, Vol.44, Issue 29, jul, 2003.
- SIMMONS, J. W. Changing residence in the city. **Geographical Review**, Vol.58, 1968, p.622-651.
- SPEARE, A. Home ownership, life cycle stage and residential mobility. **Demography**, Vol.7, n.4, November, 1970, p.449-458.
- SPEARE, A., GOLDSTEIN, S., FREY, W., **Residential mobility, migration and metropolitan change**. Cambridge, MA: Ballinger, 1975.
- VARADY, David P. Determinants of residential mobility decision - the role of government services in relation to others factors. **Journal of the American Planning Association**, Spring, 1983.
- YIN, R. K., **Estudo de caso: planejamento e métodos**, 2^a. Edição, Bookman, Porto Alegre, 2001, 204p.
- ZALTMAN, G., Metaphorically speaking. **Marketing Research**, Vol.8, Issue 2, Summer, 1996, p. 13-20.
- ZALTMAN, G., Consumer researchers: take a hike! **Journal of Consumer Research**, Vol.26, march, 2000.
- ZALTMAN, G., MOORMAN, C., The management and use of advertising research. **Journal of Advertising Research**, jan, 1989, p.11-18.
- ZALTMAN, G., Rethinking marketing research: putting people back in. **Journal of Marketing Research**, Vol.XXXIV, nov, 1997, p.424-437.
- ZALTMAN, G., COULTER, R., Seeing the voice of the customer: metaphor-based advertising research. **Journal of Advertising Research**, Vol.35, n.4, jul-ago, 1995.
- ZINKHAN, G. M., BRAUNSBURGER, K., The complexity of consumers' cognitive structures and its relevance to consumer behavior, **Journal of Business Research**, 5808, 2002, p.1-8.