



ARQUITETURA NO TRABALHO DE INTERIORES: CLIENTE SATISFEITO?

Margaret Souza Schmidt Jobim (1)

Universidade Federal de Santa Maria – Departamento de Estruturas e Construção Civil - e-mail:
mssjobim@terra.com.br

RESUMO

Ao longo dos anos, a satisfação tem sido definida segundo duas categorias principais. A primeira caracteriza a satisfação como sendo o resultado da experiência de consumo (ou de uso) e a segunda integra na definição um caráter comparativo. Entre a maioria das definições, entretanto, incluem-se três elementos característicos do conceito de satisfação: é um estado psicológico, posterior ao uso e com caráter relativo, ou seja, é o resultado do processo comparativo entre a experiência subjetiva vivida pelo cliente e uma base de referência inicial anterior. Vários autores têm definido a satisfação de diferentes formas, particularizando dentro de suas atividades, mas não se afastando do conceito geral. Satisfazer significa identificar ou conhecer as necessidades e desejos dos clientes, atendendo ou excedendo suas expectativas. Este trabalho apresenta uma proposta de ferramenta, os resultados e a análise da pesquisa de avaliação da satisfação dos clientes em relação ao processo de projeto na arquitetura de interiores. A princípio, o objetivo principal da pesquisa é responder as seguintes questões: porque um cliente contrata um arquiteto de interiores; quais as características do profissional escolhido que mais influenciam na decisão de contratar o profissional; como o cliente identifica o arquiteto de interiores; o que o cliente espera do resultado do serviço (projeto e/ou execução) de arquitetura no trabalho de interiores; suas necessidades e expectativas (explícitas e implícitas) são atendidas; como é avaliado o processo do projeto. O método de pesquisa adotado está subdividido nas seguintes etapas: modelagem do processo de projeto de arquitetura no trabalho de interiores; pesquisa junto aos associados da Associação dos Arquitetos de Interiores do Rio Grande do Sul; avaliação da satisfação dos clientes. Conclui-se que a ferramenta proposta é adequada à avaliação da satisfação dos clientes, pós-ocupação, podendo ser utilizada pelos profissionais interessados em conhecer pontos fortes e fracos do processo de projeto através da opinião dos seus clientes.

Palavras-chave: arquitetura no trabalho de interiores, satisfação do cliente.

ABSTRACT

For many years, satisfaction has been defined according two principal categories. The first one characterizes satisfaction as being the result of a consumption experience (or of use) and the second integrates in the definition a comparative character. Among the most definitions, however, three elements are included. These elements characterize the concept of satisfaction: it is a psychological state, after the use and with a relative character, in other words, it is the result of the comparative process between the subjective experience lived by the client and a base of a former initial reference. Several authors have defined satisfaction in different ways, specifying in their activities, but not far from the general concept. Satisfying means identify or know the needs and desires of the clients serving or exceeding their expectations. This work shows a tool proposal, the issues and the analysis of the evaluation research of the clients relating to the project process in the inner architecture. The main objective of the research is ask the following questions: why a client choose an inner architecture; which characteristics of the professional chosen affect more in the decision of contracting the professional; how the client identify the inner architecture; what the client hopes their needs and expectations (explicit and implicit) observed; how the process is evaluated? The adopted research method is subdivided in the following parts: modeling of the project process of architecture in the inner work; survey with the associates of the Inner Architecture Association – RS; evaluation of the client's

satisfaction. It follows that the proposed tool is suitable to the evaluation to the evaluation of the customer's satisfaction, after occupation, and may be used by professionals interested in know the strong and weak points of the project process through the opinion of their clients.

Keywords: architecture in inner work, client satisfaction.

1 INTRODUÇÃO

1.1 A arquitetura no trabalho de interiores

A Norma de Fiscalização Nº 02/2004 fixa os critérios e parâmetros para fiscalização e Anotação de Responsabilidade Técnica (ART) para a atividade técnica de Arquitetura no trabalho de Interiores. Conforme a referida Norma, Arquitetura no Trabalho de Interiores é a intervenção nos ambientes internos e externos, alterando ou não a sua concepção arquitetônica original, para adequação às suas novas necessidades de utilização. Esta intervenção se dá no âmbito: espacial, das instalações, de condicionamento acústico; de climatização; estrutural; dos acabamentos; luminotécnico; da comunicação visual; do paisagismo e de jardins; das cores; de mobiliários e de equipamentos; da coordenação dos projetos complementares; de proteção e segurança.

A Norma ainda conceitua, para fins de esclarecimento, o que é um trabalho de decoração: é a intervenção nos ambientes internos, sem alteração de sua concepção arquitetônica original. Esta intervenção se dá no âmbito do desenho e da especificação de mobiliário, de elementos de iluminação, de materiais de acabamento, de elementos de vedação de aberturas (cortinas) e dos ajardinamentos.

Da mesma maneira, reforma é conceituada como a intervenção nos ambientes internos e externos, com a intenção de renovar e/ou modificar elementos da edificação, desgastados e/ou danificados, a fim de restabelecer condições de uso, sem alteração de sua concepção arquitetônica original.

A Norma enfatiza que 'concepção (e/ou idéia) arquitetônica original' significa o conjunto das características que tornam cada projeto único, tais como sua função (uso), configuração estética (estilo) e significado cultural e histórico.

Por fim, constam da Norma as atividades e atribuições da Arquitetura no trabalho de interiores, decoração, reforma e restauração, sendo que, salvo o trabalho de decoração, que é uma atividade exercida por técnicos de nível médio-industrial (conforme a Resolução nº 278/83) com curso em decoração, devidamente registrados no CREA/RS, as outras atividades devem ser exercidas por arquitetos, arquitetos e urbanistas e engenheiros-arquitetos (para o caso de arquitetura no trabalho de interiores e restauração) e engenheiros civis (para o caso de reforma), conforme a Resolução 218/73, com registro no CREA/RS.

1.2 Considerações sobre a avaliação da satisfação dos clientes na arquitetura de interiores

Poucas são as informações e os estudos publicados a respeito do comportamento dos clientes, especialmente quando referente às soluções propostas pelos arquitetos de interiores e sobre os critérios de contratação dos mesmos.

Inicialmente, saliente-se que em nenhum momento se cogitou avaliar o resultado do projeto como “produto final”, devido a sua complexidade e ao número de variáveis não controláveis que afetam a satisfação do cliente de um projeto de arquitetura de interiores. Da mesma forma, os resultados obtidos, mesmo sem envolver a avaliação do “produto final”, devem ser analisados considerando-se o envolvimento emocional que caracteriza a relação homem-espacó construído, especialmente quando se trata da moradia.

2 OBJETIVOS

A princípio, o objetivo principal da pesquisa foi responder as seguintes questões: a) porque um cliente contrata um arquiteto de interiores?; b) quais as características do profissional escolhido que mais influenciam na decisão de contratar o profissional?; c) como o cliente identifica o arquiteto de interiores (onde procura o profissional e porque escolhe determinado profissional)?; d) o que o cliente

espera do resultado do serviço (projeto e/ou execução) de arquitetura no trabalho de interiores?; e) suas necessidades e expectativas (explícitas e implícitas) são atendidas?; e) como é avaliado o processo do projeto?

Neste trabalho propõe-se uma ferramenta de coleta de dados que permita avaliar o comportamento dos clientes frente às soluções propostas pelos profissionais e, também, sobre os critérios de contratação dos mesmos.

3 MÉTODO DE PESQUISA

Para a elaboração do método de pesquisa, o trabalho foi subdividido em três etapas: 1) Modelagem do processo de projeto de arquitetura no trabalho de interiores: através de reuniões e discussão com grupo de arquitetos, foi proposto um modelo de processo, visto que o objetivo da pesquisa é avaliar o “processo”; 2) Pesquisa junto aos associados da Associação dos Arquitetos de Interiores do Rio Grande do Sul: o principal objetivo desta etapa do trabalho foi verificar, junto aos arquitetos associados da AAI/RS, a percepção a respeito do comportamento dos clientes; 3) Avaliação da satisfação dos clientes: revisão bibliográfica sobre avaliação da satisfação do cliente e sobre o processo de projeto e/ou execução de arquitetura no trabalho de interiores; discussão com arquitetos de interiores que desenvolvem este trabalho; laboração de ferramenta de coleta de dados; entrevistas com clientes (ou aplicação da pesquisa); tabulação e análise dos resultados.

4 PRINCIPAIS RESULTADOS

4.1 Modelagem do processo de projeto de arquitetura no trabalho de interiores

Considerando-se que o objetivo do trabalho é a avaliação da satisfação do cliente em relação ao processo de projeto de arquitetura no trabalho de interiores, e que este processo não se encontrava devidamente explicitado, foi necessário propor um modelo genérico que, em hipótese alguma, pretende ser considerado padrão para todos os escritórios de arquitetura.

Após reuniões para discussão, concluiu-se que o modelo representado na figura 1 a seguir, através de um fluxo, pode ser representativo para alguns profissionais e fornecer subsídios àqueles que pretendem elaborar seu próprio modelo de processo de projeto.

4.2 Pesquisa junto aos associados da Associação dos Arquitetos de Interiores do Rio Grande do Sul – AAI/RS

Um grupo de vinte e dois arquitetos respondeu a um questionário com questões abertas e que referem-se especificamente ao comportamento dos clientes. O questionário é composto de quatro questões. São elas: 1) Na sua opinião, quais as razões (motivos) que levam um cliente a contratar um arquiteto de interiores?; 2) Como o cliente escolhe (onde busca) o arquiteto de interiores para a elaboração do projeto de interiores? 3) Quais as características do arquiteto de interiores escolhido que mais influenciam na decisão de contratar especificamente este profissional?; 4) Na sua opinião, as necessidades e expectativas dos clientes são atendidas (nunca, raramente, freqüentemente, sempre).

Conforme os arquitetos pesquisados, vários são os motivos que levam um cliente a contratar um arquiteto de interiores, mas o principal deles é o melhor aproveitamento dos espaços. Na seqüência, houve unanimidade entre os arquitetos pesquisados de que o cliente busca o profissional através de indicação de algum amigo, parente, construtora, outro cliente, loja especializada. Pode-se concluir, assim, que o cartão de visitas do arquiteto de interiores é o produto do seu trabalho. Entretanto, cabe salientar que o resultado final do serviço envolve a parte técnica (conhecimento do assunto, dos materiais e componentes especificados, atualização), atendimento e relacionamento, entre outros.

Ainda, na opinião dos arquitetos pesquisados, o atendimento, a empatia, a afinidade, a confiança e a capacidade de ser acessível ao cliente são características que podem definir a contratação de um profissional.

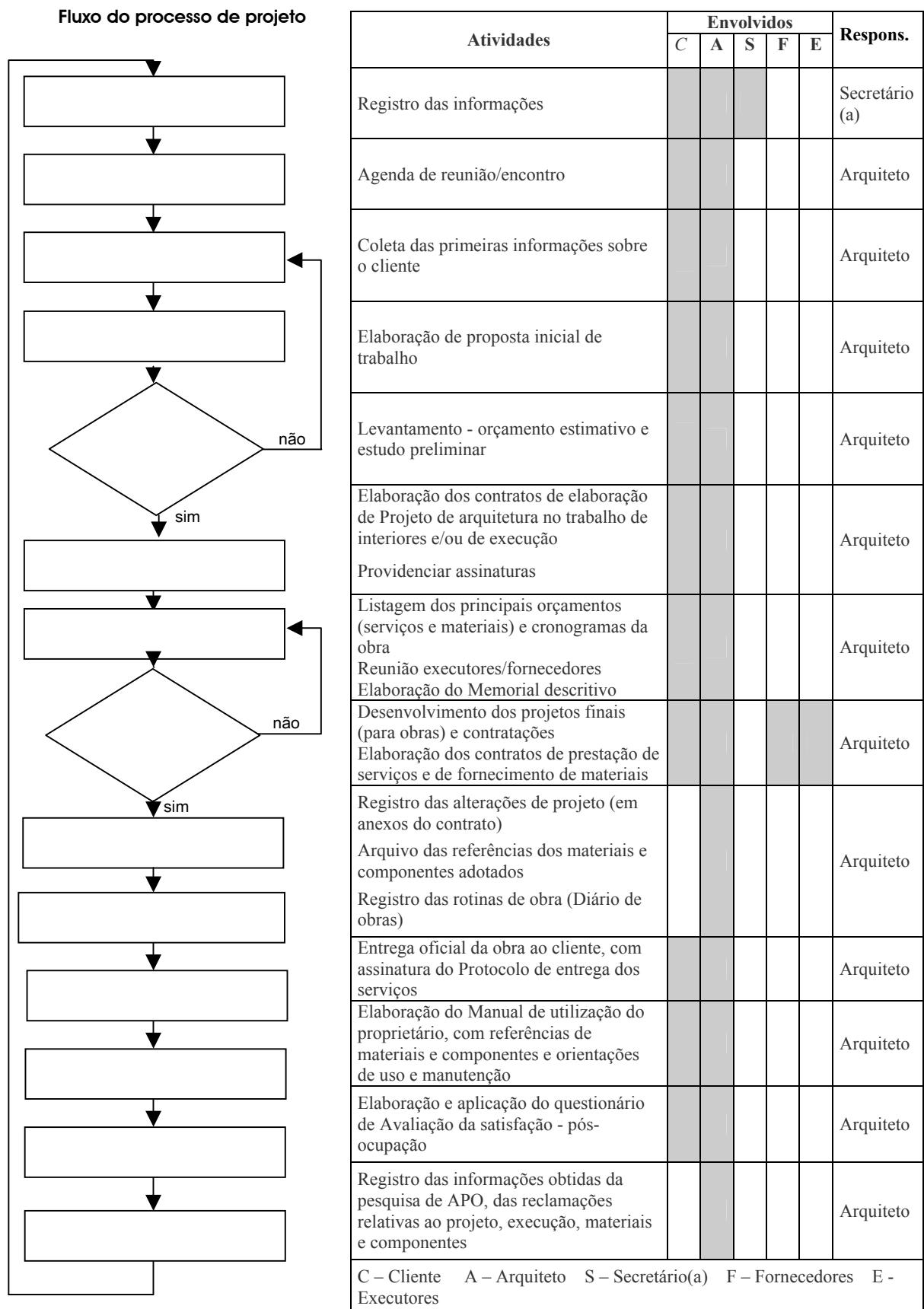


Figura 1 – Macro-fluxo do processo de projeto de arquitetura no trabalho de interiores

Diferentemente da experiência, que precisa ser adquirida com o passar do tempo, assim como o número de trabalhos realizados, as questões relativas ao atendimento podem ser facilmente trabalhadas e, muitas vezes, a organização do processo de projeto e a elaboração de algumas rotinas simples podem resultar em melhorias nas questões relativas ao relacionamento cliente-profissional.

Questionados sobre o atendimento das necessidades e expectativas dos clientes, os pesquisados responderam, na sua totalidade, que freqüentemente ou sempre estas são atendidas. Entretanto, nem todos sabem como avaliar esta questão, pois não possuem pesquisa de satisfação formalizada. Percebe-se que a elaboração de ferramentas para avaliação da satisfação pode auxiliar os profissionais nestas questões.

As principais conclusões desta etapa da pesquisa podem ser assim resumidas: existem algumas divergências entre os profissionais que participaram da pesquisa em relação às razões que levam um cliente a contratar um arquiteto de interiores. A partir da próxima etapa do trabalho (avaliação da satisfação do cliente), é possível verificar as reais razões do cliente ao buscar um profissional. É unânime entre os pesquisados a idéia de que o cliente escolhe o profissional através de indicação de parentes, amigos, empresas, lojas. Assim, o contato com os clientes após a entrega torna-se uma ferramenta importante de divulgação do trabalho profissional.

4.3 Avaliação da satisfação dos clientes

O método de pesquisa utilizado nesta etapa foram as entrevistas seguindo questionário, realizadas por telefone, junto a uma amostra de clientes indicados por arquitetos que executam projetos de interiores no Rio Grande do Sul. As fases desta etapa são as seguintes: elaboração da ferramenta de coleta de dados (questionário); validação da ferramenta por um grupo de profissionais que não participou da sua elaboração; teste (piloto) da ferramenta em um grupo de clientes; definição da amostra (clientes indicados pelos arquitetos); entrevistas telefônicas; tabulação e análise. A ferramenta de coleta de dados é composta de três partes: parte A – comportamento (questões abertas); parte B – atendimento prestado pelo arquiteto de interiores (questões fechadas, escala de 5 níveis, do fortemente insatisfeito ao fortemente satisfeito) e; parte C – avaliação geral (questões fechadas).

Foram entrevistados setenta e cinco clientes (não identificados), selecionados aleatoriamente entre um número elevado de clientes indicados por arquitetos do Rio Grande do Sul. Considerando-se que o objetivo principal do trabalho foi validar a ferramenta de coleta de dados (questionário de avaliação da satisfação), desconsiderou-se o fato da amostra ter sido indicada pelos próprios arquitetos. Saliente-se, entretanto, que este fato pode reduzir a confiabilidade dos resultados de parte do questionário, mesmo não sendo este o objeto principal do trabalho. Dentre os principais resultados da pesquisa, pode-se salientar os que seguem.

4.3.1 Comportamento

Razões que levaram o cliente a contratar um arquiteto para o trabalho de interiores

Para esta questão, as principais respostas foram as seguintes: confiança na experiência profissional (18%); adequação ou aproveitamento dos espaços (16%); estética, beleza, estilo, tendências (14%); criatividade (10%); economia de dinheiro, de tempo (9%); insegurança (9%).

A escolha (busca) do arquiteto de interiores

Questionados sobre a escolha ou a busca do arquiteto que elaborou o projeto de interiores, 46% dos pesquisados responderam que foi através da indicação de amigos, parentes e fornecedores, enquanto que 37% deles já conheciam outros trabalhos do profissional em questão.

Características do arquiteto escolhido que mais influenciaram na decisão de contratar o profissional

Aproximadamente 52% dos entrevistados escolheu o arquiteto por suas características pessoais, tais como pontualidade, bom humor, simpatia, empatia, capacidade de escutar, rapidez de resposta, simplicidade e organização.

Expectativas em relação ao projeto de interiores

Funcionalidade (34%) e estética (26%) foram as respostas mais significativas para esta pergunta.

Atendimento das necessidades e expectativas

Pode-se perceber, analisando o gráfico a seguir, que nenhum dos entrevistados deixou de ter suas necessidades e expectativas atendidas.

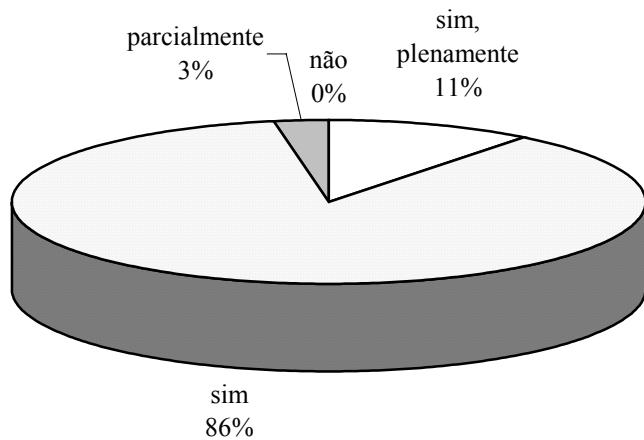


Figura 2 – Atendimento das necessidades e expectativas no projeto de interiores

4.3.2 Atendimento prestado pelo arquiteto

Nesta parte da pesquisa as questões são fechadas, com uma opção de resposta em uma escala de cinco níveis (fortemente insatisfeito, insatisfeito, nem insatisfeito e nem satisfeito, satisfeito e fortemente satisfeito). As questões iniciais referem-se à facilidade de contatar o arquiteto para solicitação do serviço (inicial), durante a execução do projeto e após a conclusão do serviço, conforme ilustra a figura 3 a seguir.

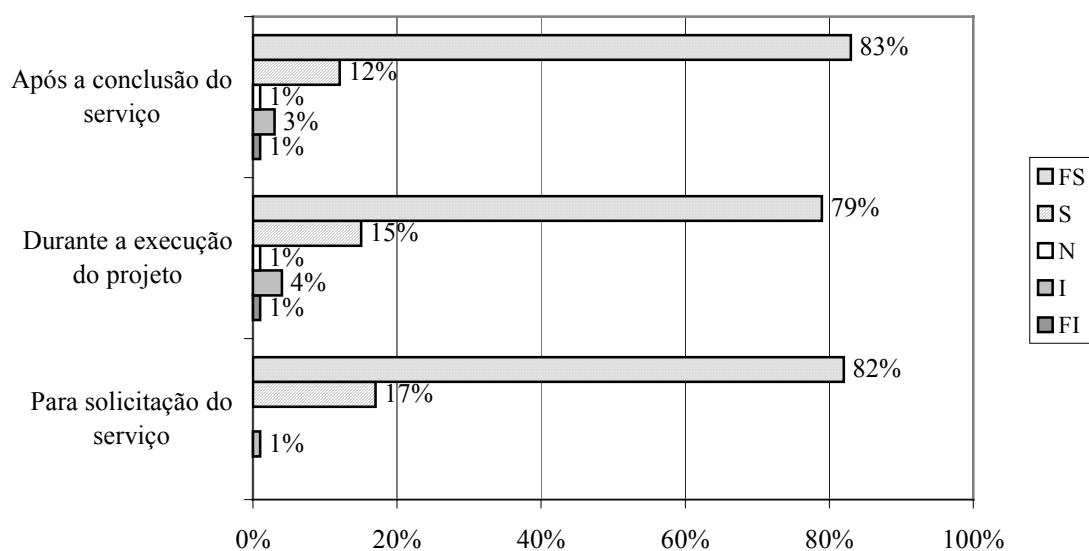


Figura 3 – Facilidade de contatar o arquiteto

Questionados sobre a cortesia do arquiteto (amabilidade no tratamento aos clientes), rapidez do atendimento, comunicação (explicações em linguagem clara e objetiva) e empenho na identificação e atendimento das exigências específicas, os clientes pesquisados responderam conforme a figura 4.

Já as questões relativas ao cumprimento de prazos referem-se aos prazos do arquiteto e dos fornecedores, e as respostas podem ser melhor visualizadas através da figura 5 a seguir.

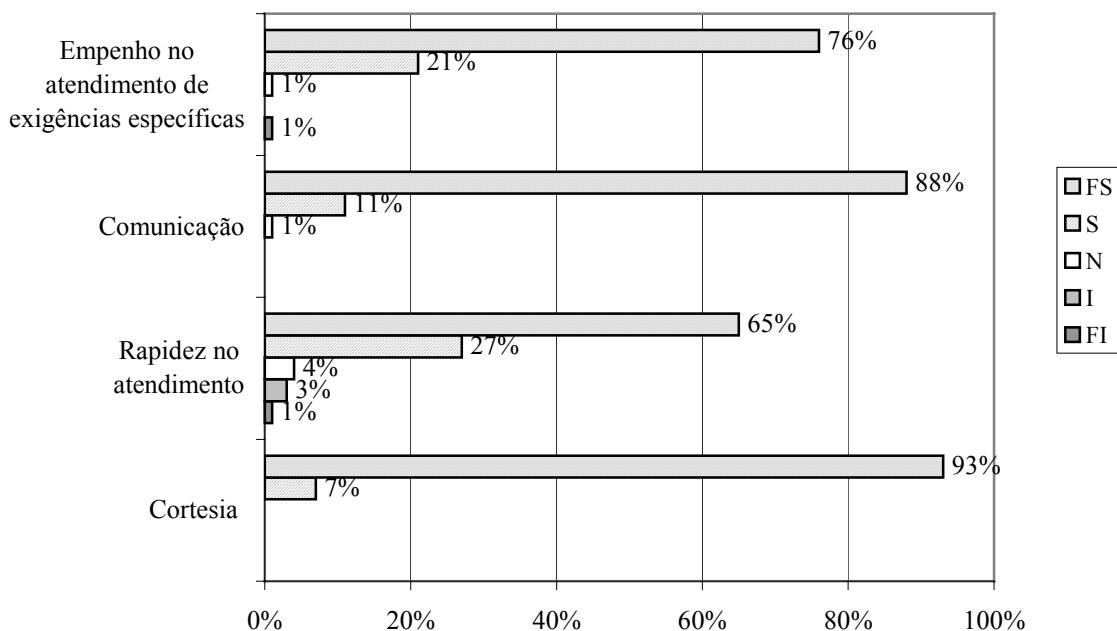


Figura 4 – Características pessoais do arquiteto

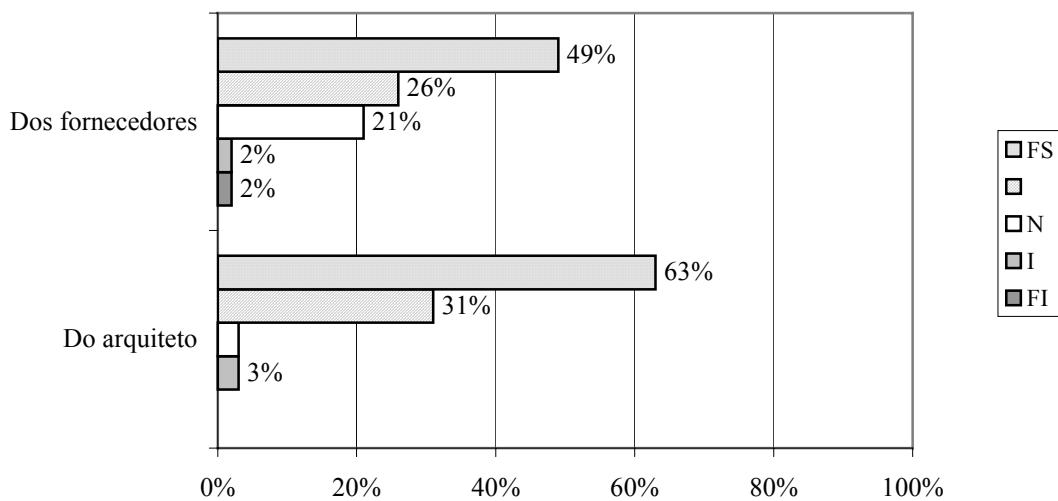


Figura 5 – Cumprimento de prazos

Os aspectos financeiros são abordados nas questões referentes ao conteúdo e abrangência do contrato, detalhamento do orçamento e adequação do projeto às condições financeiras e de interesse do cliente, e as respostas são apresentadas na figura 6.

Os aspectos técnicos referem-se ao acompanhamento durante a execução do projeto, por parte do arquiteto, à entrega formal da obra, por parte do arquiteto e à assistência técnica fornecida pelo arquiteto após a entrega da obra, conforme figura 7.

Questionados sobre o recebimento ou não do Memorial descritivo, 74% dos entrevistados responderam que sim.

Apenas 20% dos clientes entrevistados recebeu o Manual de utilização do proprietário, embora a AAI/RS possua um modelo de Manual disponibilizado a seus associados.

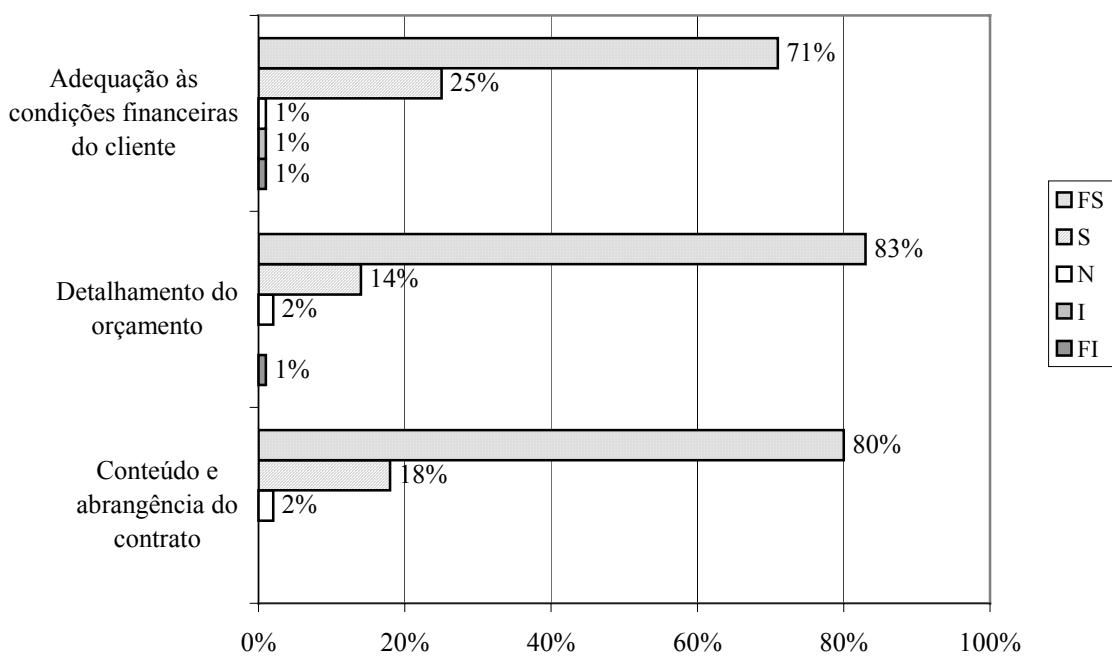


Figura 6 – Aspectos financeiros

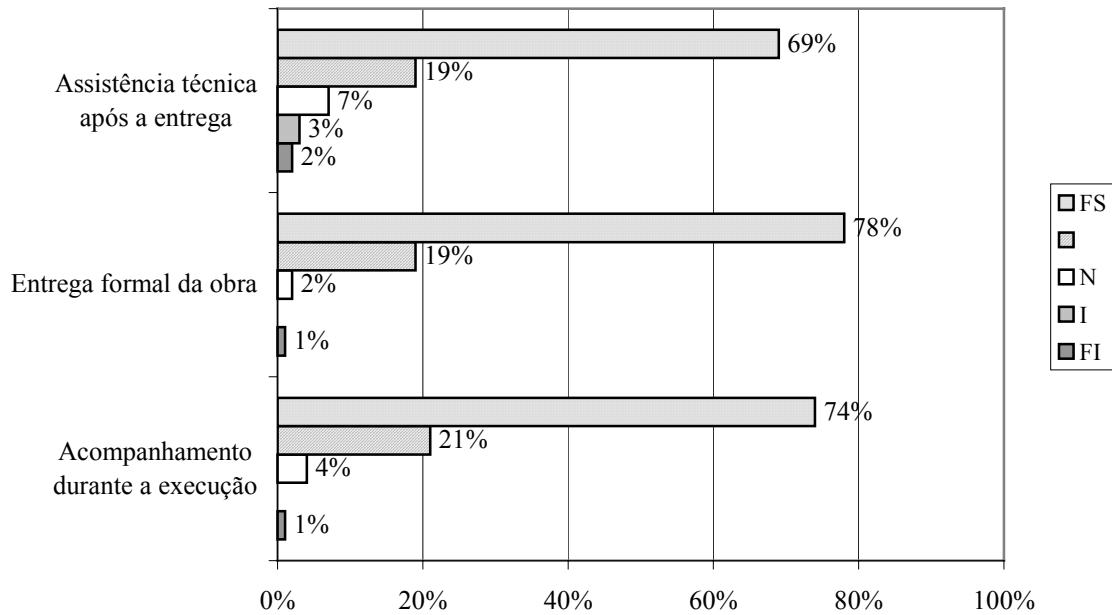


Figura 7 – Aspectos técnicos

4.3.3 Avaliação geral

A última parte da entrevista consta de uma avaliação geral, onde o resultado final é analisado pelo cliente. Inicialmente, sugere-se que o pesquisado atribua uma nota ao interior do imóvel projetado pelo arquiteto. Esta nota pode variar de 1 a 5, considerando-se que a nota 1 corresponde à pior situação, ou seja, o cliente se sente fortemente insatisfeito, e a nota 5 deve ser atribuída ao imóvel quando o cliente se sente fortemente satisfeito. A figura a seguir ilustra as respostas a esta questão.

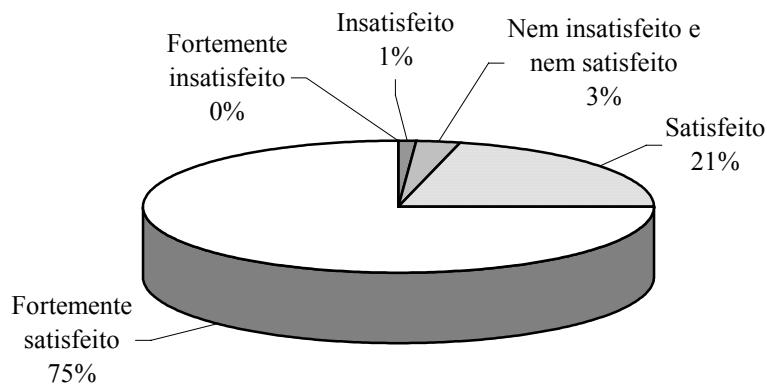


Figura 8 – Sentimento em relação ao resultado final do projeto

Questionados sobre os espaços projetados por um arquiteto de interiores, versus os espaços não projetados, a maioria dos pesquisados afirma, após a experiência de ter contratado um arquiteto para o trabalho de interiores, que os espaços projetados são muito melhores do que os não projetados, conforme pode-se observar na figura abaixo.

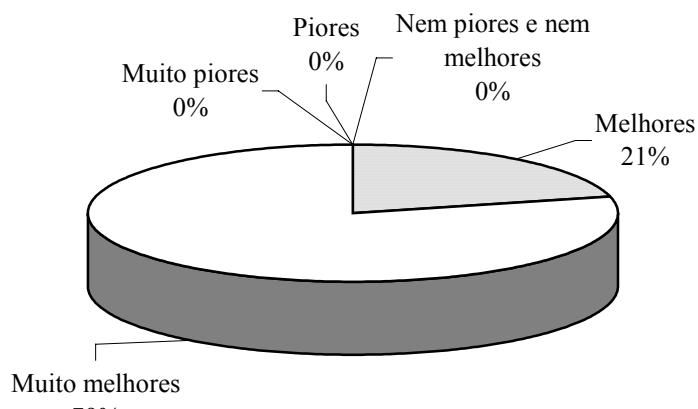


Figura 9 – Espaços projetados versus espaços não projetados

Ao serem questionados sobre a relação custo-benefício, ou seja, se a qualidade do projeto é compatível com o valor pago, como pode ser observado na figura abaixo, 88% dos entrevistados afirma que sim.

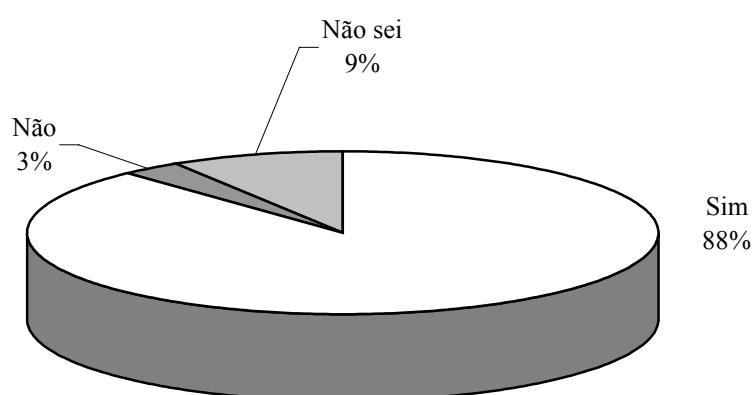


Figura 10 – Relação custo-benefício

Finalmente, questionados sobre a possibilidade de recomendar ou não o arquiteto responsável pelo projeto dos espaços internos do imóvel a parentes e amigos, 99% dos pesquisados responderam que sim.

5 CONCLUSÕES

O trabalho permite muitas análises. A análise qualitativa do trabalho, por exemplo, apresenta uma rica contribuição através das observações. A proposta inicial limitava-se à elaboração de uma ferramenta de coleta de dados sobre a satisfação dos clientes, pós-ocupação, em relação a espaços projetados por arquitetos de interiores. Na seqüência, a ferramenta seria verificada através de entrevistas com uma pequena amostra de clientes indicados pelos arquitetos.

Embora se desconheça a representatividade da amostra, pode-se afirmar que ela é significativa, e o número de entrevistados foi superior ao proposto inicialmente em função das indicações.

Possivelmente um dos pontos a destacar refira-se à necessidade de fortalecimento das relações e parcerias profissionais entre fornecedores e arquitetos ao longo do processo.

Conclui-se que a ferramenta proposta é adequada à avaliação da satisfação dos clientes, pós-ocupação, podendo ser utilizada pelos profissionais interessados em conhecer pontos fortes e fracos do processo de projeto através da opinião dos seus clientes.

6 REFERÊNCIAS

HAYES, B.E. *Measuring Customer Satisfaction: development and use of questionnaires*. ASQC Quality Press, 1992.

ORNSTEIN, S.W. *Avaliação pós-ocupação do ambiente construído*. São Paulo. Studio Nobel, Edusp, 1992.

ORNSTEIN, S.W., BRUNA, G.C., ROMÉRO, M. *Ambiente construído e comportamento: a avaliação pós-ocupação e a qualidade ambiental*. Nobel, FAUSP, FUPAM, São Paulo, 1995.

Norma de Fiscalização Nº 02/2004 – Conselho Federal de Engenharia e Arquitetura