

2

METODOLOGIA DE PESQUISA

2.1. CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

Considerando-se o pioneirismo deste estudo em relação aos seus objetivos gerais e considerando-se os diversos taxionomas de tipos de pesquisa existentes, entende-se esta pesquisa como tendo natureza descritiva e exploratória.

Descritiva porque visa convergir a descrição de dados e estudos isolados dos agentes da cadeia, agregando as percepções e expectativas colhidas na experiência de mais de 15 anos do autor interagindo diretamente com todos os agentes deste segmento, bem como da opinião de alguns significativos formadores de opinião, ícones no mercado carioca, colhidas em entrevistas realizadas, permitindo a formatação do conhecimento e das necessidades de cada segmento componente da cadeia imobiliária.

Exploratória porque, embora a Cidade do Rio de Janeiro seja a segunda maior metrópole nacional em termos de população e economia, além de capital cultural brasileira, não se verificou a existência de estudos que abordem a integralidade da cadeia produtiva imobiliária carioca e suas interações.

Segundo Martins (1994), os estudos descritivos originam-se no conhecimento de diversos cenários particulares, que permitirão a definição de um cenário genérico para cada segmento da cadeia.

Segundo Gil (1991), os estudos exploratórios constituem-se na primeira etapa de uma investigação mais ampla, sendo desenvolvidos onde o tema é pouco explorado, tornando-se difícil a formulação de hipóteses precisas e operacionalizáveis sobre ele. Já Vergara (1997) define que a investigação exploratória é realizada nas áreas onde existe pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Por sua intrínseca natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou ao final da pesquisa.

Devido à natureza exploratória da pesquisa, em relação ao meio de investigação, classifica-se como sendo um estudo de caso.

Segundo Bolgar (1965), ratificado por Gil (1991), o método de estudo de caso, além de produzir recursos para novas proposições, tem caráter essencialmente exploratório, sendo recomendável nas fases iniciais de uma investigação de temas complexos, objetivando a construção de hipóteses ou reformulação dos problemas. Vergara (1997) define como sendo “*circunscrito a uma ou poucas unidades, tendo caráter de profundidade e detalhamento*”.

Uma vez definido o método, fez-se necessário definir as técnicas a serem utilizadas na coleta de dados. Basicamente, a coleta de dados está estruturada em duas fases distintas: uma revisão bibliográfica e outra consistindo na pesquisa de campo.

A revisão bibliográfica teve por objetivo subsidiar elementos que servissem como base conceitual para estruturação do trabalho e consolidação de entendimentos. Foram pesquisados livros, teses, dissertações, pesquisas, levantamentos, relatórios, anais de congressos, artigos de jornais e revistas, bem como banco de dados, eletrônicos ou não, das entidades de classe do setor e de empresas privadas, além da jurisprudência existente, tais como Código de Obras Municipal, Leis, Decretos-Lei, Portarias e Normas. Dada a peculiaridade de cada mercado de construção imobiliária (cidades e países), foram privilegiados os títulos regionais, dado que a cultura e o ambiente que suporta a organização dos processos e a articulação dos agentes envolvidos são muito particulares dentro um contexto produtivo e da realidade brasileira, principalmente em um setor pouco globalizado como o objeto deste estudo.

A pesquisa de campo constituiu-se de contatos junto às incorporadoras, entidades de classe, construtoras, profissionais, fornecedores, empreiteiros, comercializadores e consumidores, de modo a formatar o entendimento individual de cada um na cadeia e daquilo que o cliente final deseja, suas dificuldades e suas perspectivas. Em relação ao cliente final, foram verificadas suas expectativas e o atendimento destas quanto ao produto imobiliário, além do entendimento individual sobre cada agente do setor.

Em ambos casos, optou-se pela técnica da entrevista, uma vez ter sido considerada como aquela que melhor se adequava à profundidade de dados pretendidos, além de propiciar um contato mais direto com assuntos subjetivos e emocionais. De fato, a compra de um imóvel é influenciada por um componente emocional definitivo e fundamental para a correta definição do entendimento das expectativas deste cliente final, não obstante o alto valor agregado do produto negociado. Este componente emocional poderá variar conforme a intenção do cliente final, sendo bastante reduzido nos casos de um cliente investidor e extremamente determinante para aqueles clientes que se encontram comprando seu primeiro imóvel.

Para concretização deste estudo, foram realizadas 37 entrevistas aleatórias com indivíduos de diferentes sexos e faixas de renda salarial, que adquiriram um imóvel ou tem intenção de adquirir em um curto espaço de tempo. O Apêndice (Capítulo 7) deste estudo apresenta um exemplo aleatório desta entrevista e sua resposta.

Todas entrevistas foram conduzidas através de abordagem direta e pessoal, um entrevistado por vez. Para execução das entrevistas, tomamos por base a taxionomia apresentada por Motta (1999), adotando as perguntas livres semi-estruturadas. Segundo Motta (1999), esta estrutura propicia ao entrevistado a possibilidade do fornecimento de respostas pessoais, com suas próprias palavras e sem limitação de formatos. Como contraponto, não produzem respostas padronizadas, dificultando a generalização da sua formatação. Entretanto, dado o pioneirismo deste trabalho, facilitará a construção de referenciais de satisfação e suas complexidades, apesar de suas limitações analíticas.

Outra dificuldade metodológica diz respeito à heterogeneidade de cada empreendimento imobiliário. Como esclarece Bobroff (1998), cada obra apresenta características singulares e as hipóteses e objetivos da pesquisa representam um viés por demais explorativo para serem tratados com métodos quantitativos e estatísticos. Dessa forma, descartou-se a pretensão da avaliação quantitativa de entrevistas, optando-se pela realização de avaliações de caráter

qualitativo, captando dados empíricos junto a um número reduzido de interlocutores que realmente fazem a diferença no processo.

Por fim, a seleção qualitativa dos entrevistados das empresas incorporadoras, construtoras, comercializadoras e fornecedores de materiais e serviços baseou-se nos mais de 15 anos de participação ativa do autor no mercado imobiliário carioca, onde não existiram privilégios devidos ao cargo, e sim a função e sua relevância dentro do processo de produção da cadeia imobiliária. No caso dos fornecedores de mão de obra (serviços), as entrevistas foram direcionadas aos seus donos, pois, devido ao pequeno porte, estes invariavelmente participam do processo produtivo. No caso dos consumidores (clientes finais), buscou-se uma pesquisa mais homogênea junto às classes média-baixa, média alta e alta.