

A comunicação dos requisitos de desempenho ao consumidor do mercado imobiliário

Real estate consumer performance requirements communication

Francieli Vargas Dalbosco(1); Katiane Aline dos Reis(2); Elvira Maria Vieira Lantelme(3)

1 Faculdade Meridional IMED, Passo Fundo, RS, Brasil.

E-mail: franciidalvar@gmail.com | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7843-9297>

2 Faculdade Meridional IMED, Passo Fundo, RS, Brasil.

E-mail: katianeareis_@hotmail.com | ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1369-2192>

3 Faculdade Meridional IMED, Passo Fundo, RS, Brasil.

E-mail: elvira.lantelme@imed.edu.br | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2620-981X>

Revista de Engenharia Civil IMED, Passo Fundo, vol. 7, n. 1, p. 121-134, Janeiro-Junho 2020 - ISSN 2358-6508

[Recebido: Agosto 12, 2019; Aceito: Maio 05, 2020]

DOI: <https://doi.org/10.18256/2358-6508.2020.v7i1.3488>

Endereço correspondente / Correspondence address

Faculdade Meridional IMED

Rua Senador Pinheiro, 304 - Passo Fundo - RS, Brasil.

CEP 99070-220

Sistema de Avaliação: *Double Blind Review*

Editora: Aline Zanchet

Como citar este artigo / How to cite item: [clique aqui/click here!](#)

Resumo

Os consumidores do mercado imobiliário envolvem-se poucas vezes durante a vida no processo de compra de imóveis. Durante esse processo, esses consumidores utilizam informações limitadas para avaliar o valor de um imóvel, em razão de não terem acesso a informações completas e por falta de conhecimento e experiência. As informações sobre a qualidade e desempenho de um imóvel no ato de venda são direito fundamental do consumidor, presente no Código de Defesa do Consumidor (CDC) e também são requisitos obrigatórios que constam na Norma Brasileira de Desempenho (ABNT, 2013). Assim, o objetivo desta pesquisa foi identificar a percepção dos envolvidos no processo de compra (corretores e clientes) quanto aos benefícios desta informação e as formas de comunicação mais adequadas para orientar o consumidor no processo de decisão de compra. A pesquisa é de cunho qualitativo realizada por meio de entrevistas em duas fases distintas. A primeira fase baseou-se na revisão da literatura e em entrevistas realizadas com corretores e especialistas da Norma de Desempenho. Na segunda fase foram entrevistados consumidores do mercado imobiliário, a fim de obter suas percepções sobre o tema. Os resultados indicam a importância do repasse de informações completas e claras dos imóveis ao consumidor. Sugere-se para pesquisas futuras verificar como as informações técnicas influenciam a tomada de decisão do consumidor no processo de compra e identificar como esta informação deve ser apresentada ao cliente.

Palavras-chave: Comunicação. Desempenho. Mercado Imobiliário. NBR 15.575:2013.

Abstract

Real estate consumers rarely get involved in housing purchasing process during their lifetime. During this process, consumers use limited information to assess the value of a property because they lack access to complete information and lack of knowledge and experience. Information about building quality and performance is a fundamental consumer right, present in the Brazilian Consumer Protection Code and are also mandatory requirements in the Brazilian Performance Standard (ABNT, 2013). Thus, the objective of this research was to identify the perception of the actors involved in the purchasing process (brokers and customers) regarding the benefits of this information and the most appropriate forms of communication to guide the consumer in the process. The research is of a qualitative nature conducted through interviews in two distinct phases. The first phase was based on literature review and interviews with brokers and specialists of the Brazilian Performance Standard. In the second phase consumers were interviewed in order to get their perceptions on the topic. The results indicate the importance of passing on complete and clear information to consumers. It is suggested for future research verifying how technical information influences consumer decision making in the purchasing process and identify how this information should be presented to the customer.

Keywords: Communication. Performance. Real estate market. NBR 15.575:2013.

1 Introdução

A compra de um imóvel é considerada, por Meyer e Haddad (2004), uma das situações de consumo que gera maior envolvimento por parte dos consumidores. O imóvel é um produto que possui características que costumam gerar ao consumidor um comportamento de compra mais complexo, por possuir alto dispêndio financeiro, com características únicas e ser de uso prolongado (LEITÃO; FORMOSO, 2000; BRANDSTETTER; HEINECK, 2005; ALVES, 2009).

No mercado imobiliário, geralmente os consumidores envolvem-se no processo de compra de imóveis poucas vezes durante a vida. Durante esse processo, os consumidores provavelmente usarão informações limitadas para avaliar o valor de um imóvel, em razão de não terem acesso a informações completas e por falta de conhecimento e experiência (GONG et al., 2019).

As informações sobre a qualidade e desempenho de um imóvel no ato de venda são direito fundamental do consumidor, presente no Código de Defesa do Consumidor (CDC) e também são requisitos obrigatórios que constam na Norma Brasileira de Desempenho (ABNT, 2013).

A NBR 15.575 (ABNT, 2013), estabelece requisitos técnicos de desempenho da edificação, por meio de critérios objetivos para medição e avaliação do desempenho. Estes requisitos representam um conjunto de necessidades do usuário (MARTINS et al., 2013; OKAMOTO, 2015). Esses requisitos possuem grande importância e devem ser comunicados aos consumidores no processo de compra no mercado imobiliário, no entanto, as informações são apresentadas de forma técnica sendo difícil a compreensão pelo consumidor (BORGES, 2008).

Desta forma, um dos pressupostos deste estudo, é que, tendo acesso as informações técnicas quanto a qualidade e desempenho de um imóvel, o consumidor tende a ficar mais criterioso e exigente para sua aquisição, cobrando da indústria da construção civil o cumprimento das exigências presentes na NBR 15.575 (ABNT, 2013).

Para reduzir a ambiguidade e incertezas enfrentadas pelos consumidores de imóveis é necessário estabelecer um meio de comunicação e divulgação de informações no processo de compra pelos profissionais do mercado imobiliário (GONG et al., 2019).

Assim, o objetivo desta pesquisa foi identificar a percepção dos envolvidos no processo de compra (corretores e clientes) de um imóvel, quanto aos benefícios desta informação e as formas de comunicação mais adequadas para orientar o consumidor no processo de decisão de compra. Este objetivo se justifica pela importância deste assunto, pois são altos os riscos percebidos pelo consumidor de uma decisão errada na compra de um imóvel e são frequentes as reclamações sobre problemas com falta de desempenho e conforto das edificações (CHEN et al., 2011; BERR et al., 2015).

2 Revisão bibliográfica

2.1 Norma de Desempenho

O conceito de desempenho de edificações, de acordo com Borges e Sabbatini (2008), pode ser entendido como o comportamento em uso das construções ao longo da vida útil, e vem sendo estudado desde a década de 60 pelo CIB - *International Council for Research and Innovation* (Conselho Internacional para Edificação).

Após vários anos de debates, estudos e melhorias, a entrada em vigor da Norma de Desempenho (ABNT NBR 15.575, 2013) em 2013, iniciou um processo de evolução técnica no setor da construção e inseriu uma série de conceitos na normatização brasileira, como o comportamento em uso dos componentes e sistemas das edificações, a vida útil dos sistemas construtivos, dentre outros (SOUZA, 2011; COSTELLA et al., 2018).

A NBR 15.575 (ABNT, 2013) impacta a todos os envolvidos no processo de uma edificação, ao atribuir responsabilidades a incorporadores, construtores, projetistas, fornecedores e usuários, em relação as exigências de desempenho de uma edificação (ÁVILA DOS SANTOS, 2017).

Assim, estabelece, com uma base técnica, requisitos que servirão de parâmetros para aferir a qualidade da construção. Com foco no atendimento das exigências dos usuários, a Norma de Desempenho (ABNT NBR 15.575, 2013) estabelece os requisitos e critérios de desempenho aplicáveis a edificações habitacionais, como um todo integrado, bem como a serem avaliados de forma isolada para um ou mais sistemas específicos (ABNT, 2013, p. 13).

Os requisitos dos usuários estabelecidos na Norma de Desempenho (ABNT NBR 15.575, 2013) são referentes a segurança, habitabilidade e sustentabilidade, e são divididos em 12 requisitos: segurança estrutural; segurança ao fogo; segurança no uso e operação; Estanqueidade; Desempenho térmico; Desempenho acústico; Desempenho lumínico; Saúde, higiene e qualidade do ar; Funcionalidade e acessibilidade; Conforto tátil e antropodinâmico; Durabilidade e manutenibilidade; Adequação ambiental.

2.2 Atributos determinantes na compra de um imóvel

No desenvolvimento de qualquer produto para o consumidor é necessário definir os benefícios que por ele serão proporcionados. Desta forma, a comunicação desses benefícios ao mercado acontece por meio dos atributos do produto (KOTLER; ARMSTRONG, 2005).

Os atributos de um produto são avaliados no processo de decisão de compra na etapa de avaliação de alternativas, conforme Figura 01, a terceira etapa do modelo criado por Kotler e Keller (2006). São consideradas características que podem ser concretas, observáveis, mensuráveis e de importância relevante quando da escolha entre as alternativas disponíveis (ESPARTEL; SLONGO, 1999; JOAS, 2002).

Figura 1 – Etapas do processo de decisão de compra de Kotler e Keller (2006)

Fonte: Kotler e Keller (2006).

Para Peter e Olson (1996), os atributos de um produto são o principal estímulo de influência na tomada de decisão de compra do consumidor, que os avalia em função de seus próprios valores, crenças ou experiências passadas. De acordo com Lemos (2007, p. 29), “o estudo e a mensuração dos atributos são fundamentais para o entendimento das crenças do consumidor em relação a um determinado produto ou marca”.

Stahl e Pecahan (2005) afirmam que o processo de decisão de compra de um imóvel é realizado por meio de comparação e, nessa perspectiva comparada, os atributos técnicos tendem a ser mais relevantes e proporcionam segurança ao consumidor.

Analisando pesquisas comportamentais do consumidor no mercado imobiliário, observa-se que os atributos preço e localização tem maior relevância, sendo o dilema normalmente enfrentado em poder ou não pagar pelo imóvel (EDELMAN, 2010; ZAKARIA et al., 2015; CHIA et al., 2016).

No entanto, algumas pesquisas como a de Othman (2015) e Mulliner e Algrnas (2018), consideram a qualidade da construção como um atributo importante para os consumidores respondentes. Esse atributo está relacionado à forma como a edificação está em conformidade com as especificações técnicas.

O conhecimento dos atributos torna-se importante, principalmente, porque norteiam a decisão de compra. Assim, considerando o que realmente o consumidor valoriza em um imóvel e quais são as suas reclamações após o uso, consegue-se informações para criar um meio de comunicação eficaz e direto dos atributos de desempenho.

2.3 Direito a informação

A informação, por si só, não tem valor, uma vez que é por meio de sua utilização em determinado contexto que se consegue gerar conclusões para melhorar processos ou tomar decisões. O direito à informação está diretamente ligado ao princípio da transparência (art. 4º, caput, CDC), traduzindo-se na obrigação do fornecedor de dar ao consumidor a oportunidade prévia de conhecer os produtos e serviços gerando, outrossim, no momento de contratação, a ciência plena de seu conteúdo.

O direito à informação adequada, clara e precisa sobre o produto colocado no mercado ou do serviço oferecido, suas características, qualidades e riscos, dentre outros, constitui direito básico e princípio fundamental do consumidor, conforme a lei n. 8.078 (BRASIL, 1990, p. 2).

Com isso, toda informação prestada no momento de contratação com o fornecedor, ou mesmo anterior ao início de qualquer relação, vincula o produto ou

serviço a ser colocado no mercado (art. 30 e seguintes do CDC). Aliás, a informação constitui componente necessário e essencial ao produto e ao serviço, que não podem ser oferecidos sem ela.

O objetivo principal da informação é disseminar o conhecimento, devendo estar à disposição dos interessados, e por ser um direito de todos e um bem comum, deve atuar como fator de integração, democratização e igualdade. No caso específico da construção civil, o acesso às informações confiáveis e de modo rápido são superficiais, por se tratar de um setor em que predominam as pequenas e médias empresas, geograficamente dispersas e, em geral, com uma capacitação tecnológica relativamente limitada (MADEIRA; AMORIM, 2003).

Neste sentido, o artigo 6º inciso III, do CDC, considerado um dos mais importantes para o mercado imobiliário, está relacionado à obrigação de prestar informações precisas e completas sobre o imóvel oferecido e que possam influenciar na vontade do interessado em adquirir a unidade.

Portanto, muitos dos problemas encontrados no mercado imobiliário resultam da fase de alcance de informação, já que os vendedores sabem o que estão vendendo e o consumidor nem sempre sabe o que está comprando (TAVARES et al., 2013). Assim sendo, entende-se que, se uma pessoa realizar a compra de um imóvel no mercado imobiliário, ele tem assegurado seu direito de ser informado acerca dos atributos de seu produto antes da compra.

3 Método

A pesquisa é de cunho qualitativo realizada por meio de entrevistas em duas fases distintas. Na primeira fase, desenvolvida por Barquete e Lantelme (2016), foram realizadas entrevistas semiestruturadas com corretores de imóveis e especialistas. Estas entrevistas tiveram por objetivo identificar a percepção dos entrevistados quanto aos benefícios da Norma de Desempenho para os usuários finais e identificar formas de comunicação que poderiam ser utilizadas para informar estes usuários quanto ao conteúdo da Norma de Desempenho.

Os corretores de imóveis foram selecionados por serem profissionais ativos no processo de venda de um imóvel, possuindo relação direta com o cliente. Foram entrevistados grupos de profissionais da área de corretagem de imóvel de duas imobiliárias da cidade de Passo Fundo (RS), num total de 18 profissionais. Os especialistas foram escolhidos por possuírem conhecimento técnico sobre a norma. Foram entrevistados 4 especialistas, um professor universitário especialista em desempenho de edificações, um consultor especialista na Norma de Desempenho, um engenheiro civil, participante do comitê de discussão da Norma de Desempenho e um publicitário, especialista em marketing imobiliário.

A segunda fase foi desenvolvida no ano de 2019, por meio de entrevistas não-estruturadas com consumidores do mercado imobiliário, escolhidos por conveniência, e teve por objetivo avaliar o conhecimento do consumidor sobre informações técnicas do imóvel e os requisitos de desempenho da NBR 15.575 (2013) e a importância atribuída a estas informações no processo de compra do imóvel.

Foram realizadas 9 entrevistas com consumidores, composto por homens e mulheres de idades variando entre 24 e 53 anos, que compraram imóveis na cidade de Passo Fundo (RS) e estavam na fase de uso, onde o valor investido variou de 90 a 850 mil. Essa faixa do montante pago demonstra a diferente realidade social entre os entrevistados, ainda que todos tenham formação superior.

Todas as entrevistas foram gravadas com permissão verbal dos entrevistados e, posteriormente, transcritas para análise dos dados. A análise qualitativa dos dados foi realizada para os grupos individualmente e cruzando-se as percepções dos entrevistados com base em duas categorias de análise: benefícios ou importância da informação técnica e formas de comunicação para o usuário final.

4 Resultados

4.1 Corretores

De forma geral, os corretores do grupo de entrevistados possuíam um conhecimento superficial sobre os requisitos de desempenho abrangidos pela norma. O conforto acústico teve maior citação nas entrevistas com os corretores devido ao fato de ser uma preocupação ou reclamação apresentada pelos clientes. Mas também a questão da durabilidade e vida útil foi mencionada. Os corretores associam o conceito de desempenho à qualidade do imóvel em relação ao emprego de materiais e componentes de melhor qualidade.

Alguns entrevistados percebem que as informações de desempenho do imóvel podem dar mais segurança aos clientes na escolha do imóvel, durante o processo de compra, uma vez que entendem que o atendimento a Norma de Desempenho pela construtora implicaria em um produto de melhor qualidade e o estabelecimento de um padrão mínimo a ser atendido. Para os corretores estas informações também representam a segurança de estar oferecendo ao cliente um produto com uma garantia de qualidade.

Quanto à forma de comunicação, os corretores entendem a necessidade de terem, no momento da venda, informações técnicas em uma linguagem simples e clara que possa ser compreendida pelos clientes, principalmente que possa ser demonstrada fisicamente ou por meio de dados comparativos, como por exemplo, o nível de atenuação acústica da laje ou da parede em relação ao critério de desempenho mínimo

ou superior presente na norma. Para os corretores o mais importante, no momento da venda é poder demonstrar os diferenciais do imóvel, uma vez o cliente irá realizar comparações para a escolha do imóvel durante o processo de compra.

Entre as sugestões apresentadas pelos corretores, destacam-se:

- a. Materiais gráficos, cartilhas e tabelas demonstrando dados comparativos entre o desempenho dos materiais ou componentes utilizados e dados de “melhor” desempenho, que demonstrem os diferenciais do empreendimento.
- b. Vídeos explicativos, apresentando as etapas de execução da obra e os cuidados para atender aos requisitos de desempenho;
- c. Utilizar o apartamento decorado para apresentar as informações técnicas dos materiais e componentes utilizados.

4.2 Especialistas

Na opinião dos especialistas, ao estabelecer critérios mínimos para avaliação do desempenho das edificações, a Norma de Desempenho (ABNT NBR 15575, 2013) contribui para elevar o nível de desempenho das edificações de uma maneira geral, beneficiando a todos os usuários e também para a redução da subjetividade na avaliação da qualidade do imóvel no processo de compra do imóvel.

Os especialistas entendem a importância das informações técnicas para o usuário final, mas consideram que esta deve ser apresentada de uma forma que faça sentido para o cliente, por exemplo, por meio da demonstração dos benefícios que o atendimento a norma possa trazer e, relacionando o desempenho com os requisitos mais subjetivos do cliente como conforto, segurança, durabilidade, economia de energia, entre outros.

Os especialistas consideram que os corretores têm pouco conhecimento técnico para poderem passar este tipo de informação ao cliente e que as construtoras e incorporadoras devem investir mais na produção de materiais que façam a “tradução” da informação técnica para uma informação de venda, que possa ser utilizada por estes profissionais. Também sugerem que profissionais das áreas técnicas, como engenheiros e arquitetos, sejam envolvidos na venda do imóvel.

Em relação as formas de comunicação, os especialistas mencionam:

- a. A utilização de memoriais descritivos e manuais do usuário, com textos explicativos e ilustrações, adaptadas para o entendimento do cliente leigo;
- b. O desenvolvimento de um sistema de classificação dos empreendimentos baseado em desempenho e a criação de um selo de garantia de atendimento a Norma de Desempenho;
- c. A elaboração de cartilhas informando ao usuário sobre as questões de desempenho no momento da compra do imóvel;

- d. A utilização de showroom ou apartamentos modelo para demonstrar o desempenho dos sistemas construtivos, utilizando meios visuais ou auditivos;
- e. A criação de um serviço de atendimento ao consumidor, no qual o usuário possa buscar informações qualificadas sobre o desempenho do empreendimento;
- f. A utilização de mídias sociais para informação ao cliente com relação aos requisitos de desempenho do imóvel.

4.3 Consumidores do mercado imobiliário

Por sua vez, a análise das entrevistas com compradores de imóvel revelou dois padrões de comportamento na etapa inicial do processo de compra: os compradores que realizam pesquisa on-line inicial dos imóveis antes de se direcionar a uma imobiliária e os compradores que buscam diretamente imobiliárias ou corretores de confiança. Em ambos os casos, as informações pesquisadas foram preço, localização e algumas características do projeto (como número de quartos e banheiros, área de uso comum, garagem, entre outras).

De uma maneira geral, os entrevistados relatam que “não tiveram acesso as informações técnicas dos imóveis pesquisados”. Apenas um dos entrevistados afirmou que “tem o hábito de buscar informações técnicas em todas as suas compras”. Também as entrevistas demonstram que os compradores que tiveram alguma experiência de compra negativa na compra de imóveis têm mais interesse neste tipo de informação como forma de diminuir o risco percebido.

A falta de informações técnicas do imóvel, dificulta na opinião dos entrevistados a pesquisa on-line e a comparação dos imóveis presentes no mercado, por não possibilitar diferenciar a qualidade entre os imóveis. A falta de informação gera uma decisão tendenciosa que origina insegurança de qualidade por parte do consumidor, relatado na bibliografia (ALVARENGA; ZANQUETTO FILHO, 2015; GONG et al., 2019).

Na etapa de avaliação das alternativas encontradas, todos os entrevistados relataram que “não tinham preocupação com a qualidade do imóvel que estavam comprando”. Os consumidores entrevistados avaliaram as alternativas encontradas no mercado imobiliário por meio de comparação dos atributos fornecidos, apenas levando em conta a informações disponíveis, como relatado por Stahl e Pecahan (2005) em sua pesquisa.

Quando perguntados sobre problemas encontrados nos imóveis após a ocupação, os entrevistados relataram que “os maiores problemas foram a incidência de fissuras, problemas com o isolamento acústico entre lajes gerando ruído de impacto e problemas com estanqueidade das paredes externas, apresentando umidade e infiltrações e a qualidade duvidosa dos materiais de acabamento”.

Em um futuro próximo, quando questionados se irão cuidar mais de informações técnicas na hora da venda, principalmente o cuidado com a qualidade, responderam em sua maioria que “cuidariam, principalmente o requisito de desempenho acústico e qualidade dos materiais empregados na construção”.

O último questionamento da entrevista foi se os entrevistados conheciam a Norma de Desempenho (ABNT NBR 15575, 2013), e todos relataram “desconhecer”. No entanto, quando foi explicado o objetivo da norma alguns lembravam do manual do usuário, no qual haviam algumas das informações explicadas e ficaram muito interessados para ter mais conhecimento.

5 Discussões

Cruzando as percepções dos corretores, especialistas e compradores identifica-se a carência de informações técnicas para os clientes durante o processo de compra do imóvel, e também a sua importância para possibilitar uma maior segurança na escolha entre opções presentes no mercado.

Essa carência de informações completas para o cliente durante o processo de compra do imóvel, identificada na pesquisa, vem ao encontro dos relatos de Gong et al. (2019), no qual afirmaram que os consumidores durante processo de compra provavelmente usarão informações limitadas, em razão de não terem acesso a informações completas e por falta de conhecimento e experiência.

A ideia de que a decisão de comprar um imóvel se faz por meio de comparações entre as opções de produtos presentes no mercado imobiliário, relatada por Stahl e Pecahan (2005) e identificada na pesquisa, sugere que as informações técnicas sobre desempenho do produto podem representar um diferencial na compra, e com isso ser utilizada no marketing de vendas.

Muitos dos problemas relatados pelos consumidores e encontrados no mercado imobiliário resultam da fase de alcance da informação, devido aos corretores não possuírem conhecimento técnico do imóvel que estão vendendo e passarem informações limitadas para o cliente. Portanto, de acordo com Tavares et al. (2013), o consumidor nem sempre sabe o que está comprando.

A pesquisa aponta a necessidade de um maior investimento no conteúdo e formato desta informação para o cliente leigo, bem como para ser utilizada pelos corretores de imóveis, que possuem pouco conhecimento técnico específico sobre as questões do desempenho do imóvel.

A qualidade da construção foi considerada importante para os consumidores respondentes na pesquisa, e está relacionado à forma de como a edificação está em conformidade com as especificações técnicas e, também foi considerada nas pesquisas de Othman (2015) e Mulliner e Algrnas (2018).

A tradução dos requisitos de desempenho na forma de benefícios tangíveis e sua ligação com fatores mais subjetivos de valor para o cliente, foi sugerida como uma forma de apresentar esta informação ao cliente e utilizá-la no marketing para diferenciação do produto.

A pesquisa também sugere que a experiência do consumidor, e principalmente as experiências negativas na fase de uso da edificação, com problemas de acústica, estanqueidade, qualidade dos materiais de acabamento apontam os itens mais relevantes a serem comunicados ao consumidor no momento da venda e também os maiores esforços das construtoras na garantia de qualidade do seu produto.

6 Considerações finais

O objetivo principal da informação é disseminar o conhecimento, assim, a principal contribuição da pesquisa refere-se a passar informações completas dos imóveis vendidos no mercado imobiliário, de uma forma clara e transparente ao consumidor no processo de compra.

Na expectativa de trazer contribuições aos envolvidos no processo de compra do mercado imobiliário, com esta pesquisa espera-se contribuir para o aprimoramento e difusão de uma forma de informar o consumidor do mercado imobiliário no processo de compra. Percebe-se a necessidade de criar uma fonte de informação confiável, com a finalidade de qualificar os empreendimentos que atendem a Norma de Desempenho (ABNT NBR 15.575, 2013).

Sugere-se para pesquisas futuras verificar como as informações técnicas influenciam a tomada de decisão do consumidor no processo de compra e identificar como esta informação deve ser apresentada ao cliente, não somente para o marketing do produto, mas também como forma de educar o cliente para uma compra mais segura, garantindo assim o seu direito a informação, prescrito na legislação.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com o apoio da FAPERGS (Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio Grande do Sul), vinculado ao curso de graduação da escola de Engenharia Civil da IMED.

Referências

- ALVES DIAS, M. C. Publicidade imobiliária e suas construções retóricas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO, 22., 2012, Curitiba. *Anais Eletrônicos...* Curitiba: Intercom, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1304-1.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2018.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. *NBR 15575-1: Edificações habitacionais – Desempenho*. Rio de Janeiro, 2013a. 71p.
- ÁVILA DOS SANTOS, F. M. *Impactos da aplicação da ABNT NBR 15.575/2013 nas empresas de edificações*. Juiz de Fora, 2017. 139f. Dissertação (Mestrado em Ambiente Construído) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017.
- BARQUETE, J.; LANTELME E. A. Comunicação dos requisitos da norma de desempenho ABNT NBR 15575:2013 para o usuário final da edificação. In: MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA IMED, 5., 2016, Passo Fundo. *Anais Eletrônicos...* Passo Fundo: IMED, 2016:20. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Marcia_Wagner/publication/321314399_Habilidades_Sociais_em_Professores_uma_revisao_de_literatura/links/5a1c10d2a6fdcc50adecc184/Habilidades-Sociais-em-Professores-uma-revisao-de-literatura.pdf#page=20. Acesso em: 20 mar. 2019.
- BERR, L. R. et al. Indicador de falhas de qualidade baseado na percepção dos usuários de Habitação de Interesse Social. *Ambiente Construído*. Porto Alegre. Vol. 15, n. 4, p. 19-35, 2015.
- BORGES, C. A. M. *O conceito de desempenho de edificações e a sua importância para o setor da construção civil no Brasil*. São Paulo, 2008. 257 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia) - Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.
- BORGES, C.A.M.; SABBATINI, F.H. *O conceito de desempenho de edificações e a sua importância para o setor da construção civil no Brasil*. Boletim Técnico da Escola Politécnica da USP, Departamento de Engenharia de Construção Civil, BT/PCC/515. São Paulo: EPUSP, 2008.
- BRANDSTETTER, M. C. G. O.; HEINECK, L. F. M. Investigação do comportamento dos clientes no mercado imobiliário - propostas conceituais e metodológicas. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 28., 2005, Brasília. *Anais...* Brasília: ENANPAD, 2005.
- BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. *Código de Defesa do Consumidor*. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, p. 1-23. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 10 out. 2018.
- CHEN, J.; HUI, E. C.; WANG, Z. Perceived risk, anticipated regret and post-purchase experience in the real estate market: The case of China. *Housing Studies*, v. 26, n. 03, p. 385-402, 2011.
- CHIA, J. et al. Understanding factors that influence house purchase intention among consumers in Kota Kinabalu: an application of buyer behavior model theory. *Journal of Technology Management and Business*, v. 3, n. 2, 2016.

- COSTELLA, M. F. et al. Avaliação da aplicação da norma de desempenho: estudo de caso em cinco empreendimentos. *Revista de Engenharia Civil IMED*, v. 4, n. 2, p. 55-74, 2017. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistaec/article/view/2256>. Acesso em: 25 jun. 2018.
- EDELMAN, D. C. Branding in the digital age. *Harvard Business Review*, 88.12: 62-69, 2010. Disponível em: <https://hbr.org/2010/12/branding-in-the-digital-age-youre-spending-your-money-in-all-the-wrong-places>. Acesso em: 20 jun. 2019.
- ESPARTEL, L.B.; SLONGO, L.A. Atributos de produto e motivações de compra no mercado jornalístico do Rio Grande do Sul. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 23., 1999, Foz do Iguaçu. *Anais eletrônicos...* Foz do Iguaçu: ANPAD, 1999. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad1999-mkt-19.pdf> Acesso em: 20 jan. 2019.
- GIBSON, E.J., Coord. Working with the performance approach in building. Rotterdam. *CIB W060*. 1982. (CIB State of the Art Report n. 64).
- GOMES, J. E. V. *Avaliação do desempenho de edifícios segundo a norma NBR 15575: Adaptação ao caso de edifício reabilitado*. 2015. 85 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Civil) - Curso de Engenharia Civil, Universidade do Porto, Portugal, 2015.
- GONG, C. M.; LIZIERI, C.; BAO, H. X. H. Smarter information, smarter consumers? Insights into the housing market. *Journal of Business Research*. v. 97, p. 51-64, 2019.
- JOAS, L. F. K. *Atributos determinantes para compra de medicamentos via internet*. Porto Alegre, 2002, 122 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. *Princípios de Marketing*. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008, 600p.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Administração de Marketing*. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006, 750 p.
- LEITÃO, E. S.; FORMOSO, C. T. Análise do comportamento de compra do consumidor de imóveis residenciais – Estudo de caso: apartamentos novos de 2 e 3 dormitórios. In: ENCONTRO NACIONAL DE TECNOLOGIA DO AMBIENTE CONSTRUÍDO, 8, Salvador, 2000, *Anais eletrônicos...* Salvador: ENTAC, 2000. Disponível em: http://www.infohab.org.br/entac/entac2000_artigos.html Acesso em: 12 ago. 2018.
- LEMOS, R. F. *Avaliação de atributos de compra no processo de aquisição de automóveis de alto valor*. Porto Alegre, 2007, 91 f. Dissertação (Mestrado em Administração e negócios) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.
- MADEIRA, L. C.; AMORIM, S. R. L. INFOHAB - Centro de Referência e Informação em Habitação - Inovação, gestão da qualidade & produtividade e disseminação do conhecimento na construção habitacional. *Coletânea Habitare*, Vol. 2. Porto Alegre: ANTAC, 2003. 477p.
- MARTINS, J. C. et al. Câmara Brasileira da Indústria da Construção - CBIC. Desempenho de Edificações Habitacionais: *Guia orientativo para atendimento à norma ABNT NBR 15575/2013*. 2ª ed. Fortaleza: Gadioli Cipolla Comunicação, 2013. 302 p.

- MEYER, J. F. P.; HADDAD, E. Motivação de escolha residencial na percepção dos empreendedores. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE REAL ESTATE, 4, São Paulo, 2004, *Anais...* São Paulo: LARES, 2004.
- MULLINER, E.; ALGRNAS, M. *Preferences for housing attributes in Saudi Arabia: A comparison between consumers' and property practitioners' views*. *Cities*, v. 83, p. 152-164, 2018.
- OKAMOTO, P. S. *Os Impactos da Norma Brasileira de Desempenho sobre o Processo de Projeto de Edificações residenciais*. São Paulo, 2015, 160 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Civil) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.
- OTHMAN, A. A. E. An international index for customer satisfaction in the construction industry. *International Journal of Construction Management*, v. 15, n. 1, p. 33-58, 2015.
- PETER, J. P; OLSON, J. C. *Consumer behavior and marketing strategy*. 5th ed. Boston: Irwin Mcgraw-Hill, 1999.
- SOUZA, R. O vai-e-vem da norma de desempenho. *Revista Finestra*, São Paulo, ano 16, n.66, p.44- 49, jan/fev. 2011.
- STAHL, L. M.; PECANHAN, M. N. Marketing imobiliário: uma abordagem do marketing mix no mercado de Londrina. In: *SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO*, 6, São Paulo, 2005, *Anais...* São Paulo: FEA-USP, 2005.
- TAVARES, F. A.; MOREIRA, A. A.; PEREIRA, E. T. Assimetria de Informação no Mercado Imobiliário em Portugal. *Revista de Administração da UNIMEP*, v. 11, n. 3, p. 196- 220, set/dez, 2013.
- ZAKARIA, Z. et al. Factors in Determining the Purchase Intention of Housing Property: A Study in Terengganu. 19th *MACFEA National Seminar*, Malásia, 2015.