

VALORIZAÇÃO DO ARQUITETO EM RELAÇÃO A SUA ATUAÇÃO NO AMBIENTE COMERCIAL

Camila Nardino¹; Eliane Coser²

1 Arquiteta e Urbanista, Pós-graduada em Arquitetura Comercial, Faculdade Meridional IMED, Passo Fundo, RS – E-mail: camila.nardino@yahoo.com.br

2 Arquiteta e Urbanista, professora Doutora convidada da Pós-graduação em Arquitetura Comercial da IMED, Passo Fundo. E-mail: cosereliane@yahoo.com.br

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho aborda questões referentes à percepção dos empresários em relação à contratação de arquitetos. O interesse pelo tema surgiu para verificar a importância que os profissionais atuantes no ramo da arquitetura comercial possuem dentro do grande campo da arquitetura. A pesquisa delimitou seus estudos sobre a percepção dos empresários na cidade de Erechim – RS, localizada na região do Norte Gaúcho. Segundo o censo de IBGE, Erechim possui uma população estimada no ano de 2017 de 103.437 mil pessoas.

O presente estudo visa entender como acontece a valorização profissional no sentido do conhecimento e comprometimento do profissional diante da sua prática em arquitetura comercial. É importante ressaltar que a valorização profissional estudada neste trabalho não aborda o termo “valor” com o sentido de o profissional ganhar mais dinheiro.

Desta forma pode-se resultar que o profissional em arquitetura é importante na transformação do espaço, conseqüentemente todo o funcionamento do empreendimento. Tendo como objetivo transmitir reais sensações desejadas e poder oferecer um ambiente confortável e diferenciado aos clientes e funcionários, buscando cada vez mais o sucesso do empreendimento.

2 DESENVOLVIMENTO

A literatura mostra que a atuação do profissional arquiteto em ambientes comerciais é explorada de forma abrangente (MANNATO, 2017; JOBIM, 2006; AGUIAR, 2016). Todavia, o arquiteto está ganhando cada vez mais espaço, uma vez que ocorram mudanças na visão dos empresários de forma a entender que os serviços prestados do arquiteto comercial possam somar atributos importantes para os estabelecimentos.

A partir disto, segundo JOBIM (2006, p. 1182) declara que “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”, o que de fato constata ainda mais a importância do estudo sobre o tema.

Segundo ELY et al (2012, p.13) afirma que “[...] o ambiente da loja é um fator fundamental na persuasão da compra ao proporcionar por exemplo, conforto e bem-estar aos usuários, ou ainda ao reforçar a imagem ou agregar valor ao produto a ser adquirido.” As atividades de projetos na área do varejo são muito abrangentes e vão muito além da relação cliente e arquiteto. Para um bom desenvolvimento de projeto comercial, deve-se conhecer a empresa, adentrando principalmente para estudos da sua visão, missão e valores, bem como os produtos que cada empresa comercializa, o conceito de cada marca e qual o seu posicionamento no mercado (ROCHA; ROCHA, 2017).

Bastante diferente do cliente residencial, cujo perfil geral solicita uma atenção maior em relação aos aspectos emocionais, comportamentais e culturais, o cliente corporativo tem as expectativas voltadas para produtividade, atenção às normas técnicas e leis, imagem corporativa e, principalmente, resultados e lucratividade (ROCHA, 2017).

Desta forma, AGUIAR (2016, p. 20) afirma que a arquitetura comercial tem ligação direta com o consumidor e isso evidencia a primordialidade em se idealizar toda essa ambientação de compra. “O consumidor deseja que seu processo de compra seja uma experiência confortável, divertida e estimulante, em que ele possa facilmente localizar e escolher os produtos” (PARENTE, 2000, p.307).

O profissional de arquitetura comercial, ao visualizar o ambiente no ponto de venda, deve projetar respeitando os conceitos da marca, o que de fato envolve os clientes ao entrar na loja, através de uma atmosfera com características ligadas a marca (SCARPIN, GOUVEIA, 2014, p.09).

Ainda dentro deste contexto SAMPAIO et al (2009, p.02) afirma que “a experiência proporcionada aos consumidores de serviços vem sendo considerada uma ferramenta estratégica colocada a serviço da vantagem competitiva nas empresas”. Em suma, são estes fatores que evidenciam o motivo pelo qual gera interesse entre os empresários para a contratação de um arquiteto.

Comprar faz parte do cotidiano das pessoas, sejam compras por necessidades fundamentais, compras por impulso ou comprar pelo simples desejo. A partir desta percepção, enfatiza-se ainda mais a união de arquitetos e lojistas como forma de melhorar este processo de compras.

A literatura mostra que a atuação do profissional arquiteto em ambientes comerciais é explorada de forma abrangente (MANNATO, 2017; JOBIM, 2017; AGUIAR, 2016). Todavia, o arquiteto está ganhando cada vez mais espaço, uma vez que ocorrem mudanças na visão dos empresários de forma a entender que os serviços prestados do arquiteto comercial possam somar atributos importantes para o estabelecimento. Esta pesquisa vem ao encontro disto, justamente demonstrando que aspectos positivos foram avaliados pela percepção do empresário quanto à atividade do arquiteto comercial. As informações prestadas para desenvolver este trabalho foram de livre consentimento por parte dos comerciantes, ficando resguardados seus nomes e razão social.

3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste trabalho efetivou-se em sua primeira fase por uma fundamentação teórica, baseada em livros, artigos, dissertações e teses. Posteriormente elaborou-se um questionário relativo à importância que um projeto de arquitetura comercial tem em seu estabelecimento. O teor das questões estava relacionado a contratação dos arquitetos para projetar determinado ambiente comercial. As entrevistas foram realizadas com os proprietários dos estabelecimentos, entre os meses de Outubro e Novembro de 2017.

A pesquisa de campo foi realizada em lojas de diferentes segmentos na cidade de Erechim, interior do estado do Rio Grande do Sul.

A escolha dos estabelecimentos se deu através de um contato prévio com aproximadamente 30 empresários, onde se identificaram quais deles já tiveram algum contato com um profissional de arquitetura. A partir disto, aplicou-se os questionários aos proprietários computando 10 lojas para discussão dos resultados. As lojas pesquisadas estão distribuídas no centro da cidade de Erechim-RS. Os dados foram computados a partir de uma análise estatística descritiva, sendo que os mesmos não representam generalizações da amostra.

4 RESULTADOS

Os dados obtidos foram transcritos seguindo a ordem das perguntas conforme anexo. As empresas mais antigas atuam a mais de 40 anos na cidade de Erechim (40% das lojas pesquisadas), sendo que as demais empresas entrevistadas atuam no mercado a mais de 4 anos (60% das lojas pesquisadas). Referente ao público alvo, todas as lojas classificam seu público-

alvo entre as classes A e B.

Quanto as modificações ou reformas realizadas a partir da contratação de um arquiteto, 70% dos estabelecimentos pesquisados declaram que as modificações realizadas no referido estabelecimento comercial foram executadas a partir um projeto elaborado por um profissional em arquitetura. Os outros 30% dos estabelecimentos, afirmam que em algum momento já efetuaram alguma modificação por conta própria.

Como forma de melhorar o espaço físico do ponto de venda, as intervenções quando bem realizadas sempre proporcionam benefícios e exploram mudanças e inovações positivas ao estabelecimento. Com um conjunto entre um bom layout e um mobiliário adequado a loja tornando-se um ambiente confortável aos clientes e aos funcionários, permitindo que as pessoas se movam com segurança e desempenhem tarefas de maneira eficiente, precisa e segura, sem causar desconforto, desta forma os clientes acabam ficando mais tempo na loja, consequentemente efetuando compras.

Os comerciantes apontaram que a partir da contratação do profissional de arquitetura as propostas arquitetônicas apresentadas por ele, em sua maioria, englobava a modificação de mais do que um aspecto indicado no questionário. A fachada e iluminação foi o elemento de maior destaque, onde 80% dos estabelecimentos apontam estes pontos como proposta de melhoria da loja por parte dos arquitetos. Apenas 20% dos entrevistados citaram ações de projeto em layout e mobília.

Para tanto, quando indagados o porquê da contratação de um arquiteto a frase de maior destaque entre os empresários entrevistados foi “à importância em melhor adequar e/ou utilizar o espaço interno na loja, adequar a fachada e melhorar a iluminação”, complementando ainda que o profissional tem conhecimentos técnicos para solucionar problemas, principalmente como a falta de espaço no estoque.

Quando questionados sobre o trabalho do arquiteto em seu estabelecimento 90% afirmaram que o projeto final ficou dentro das suas expectativas, atendendo as necessidades e realizando na pratica o que eles imaginavam para o ambiente comercial, com melhor aproveitamento do espaço, planejamento, beleza e padrões solicitados pelos lojistas. Portanto, apenas 10% dos entrevistados afirmam que não ficaram satisfeitos com o resultado final. A insatisfação se deu pelo fato do profissional não atender as necessidades solicitadas pelo cliente.

Para 90% dos entrevistados o trabalho do arquiteto seria recomendado a outro amigo. Por outro lado, 10% dos empresários não recomendaria a contratação de um arquiteto.

Sobre a importância do profissional de arquitetura para o sucesso do seu negócio, 70% dos comerciantes consideraram muito importante o trabalho do arquiteto em sua loja, 20% consideraram importante e apenas 10% responderam ser indiferentes. Isso demonstra a valorização dos profissionais no mercado da arquitetura comercial.

Diante da importância da reforma para conquista de novos clientes 50% dos empresários consideram-se muito satisfeitos, enfatizando um aumento no fluxo de clientes da loja. Para 40% dos lojistas a reforma foi satisfatória e 10% deles afirmam que não foi satisfatório o investimento no profissional. Portanto em suma geral os resultados apontam que os estabelecimentos estão coerentes com o mercado para manter os negócios sempre atuais, assim, a reforma influenciou no aumento do fluxo de clientes e principalmente valorizando os produtos expostos na vitrine.

5 CONCLUSÕES

Avaliando os resultados das pesquisas neste trabalho é possível concluir que os comerciantes da cidade de Erechim-RS estão satisfeitos com os trabalhos que os arquitetos realizaram em cada loja.

O estudo comprova que a interferência de um profissional em arquitetura no

desenvolvimento de projetos comerciais, geralmente melhora a experiência dos novos clientes com a loja e reforça a relação com os consumidores já existentes. Os resultados da pesquisa apontam que após a intervenção do arquiteto, segundo a percepção do proprietário, aponta para um aumento no fluxo dos clientes tornado satisfatório o trabalho realizado pelo arquiteto. Desta forma, a contratação do arquiteto é um ponto positivo no sucesso dos negócios.

Por fim, a importância do profissional arquiteto, o qual se qualifica na área de arquitetura comercial é para melhor contribuir e atender as expectativas dos seus clientes lojistas. Do lado inverso desta relação cabe ao lojista valorizar estes profissionais de forma a enxergar seu trabalho como um grande valor para sua empresa, aliando o bem-estar do cliente na loja, que conseqüentemente compra mais e proporciona uma receita maior ao comerciante.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Karine Petry. **Ambientes comerciais e a influência do design visual**. 2016. 231f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

ELY, Vera, et al. **Atmosfera do Ponto de Venda**. Florianópolis, PET, 2012.

IBGE, Cidades. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 15 de ago. 2017

JOBIM, Margaret Souza Schmidt. **Arquitetura no trabalho de interiores: cliente satisfeito?** In: XI Encontro Nacional de Tecnologia e Ambiente Construído. 2006, Florianópolis. Disponível em:

<http://www.infohab.org.br/entac2014/2006/artigos/ENTAC2006_1181_1190.pdf> Acesso em: 15 de ago. 2017

MANNATO, A.C.; **Aplicação da iluminação em ambientes comerciais e corporativos**. – Revista Especialize On-line IPOG. 01 (14), 1-17, 2017.

PARENTE, Juracy. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. São Paulo: Atlas, 2000

ROCHA, Fabio; ROCHA, Sílvia. **Arquitetura Corporativa: da compreensão do cliente à execução da obra**. Disponível em:

<<http://www.forumdaconstrucao.com.br/conteudo.php?a=40&Cod=597>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

SAMPAIO, Cláudio Hoffmann; et al. **Fatores visuais de design e sua influência nos valores de compra do consumidor**. São Paulo: Suzane Strehlau, 2009.

SCARPIN, Talissa Naiara; GOUVEIA, Ana Leocadia de Souza Brum Donikian. **Características de um ambiente comercial de sucesso pelo olhar do design emocional**. 2014.

ANEXO

QUESTIONÁRIO DA ENTREVISTA

1 – Quantos anos tem a empresa? _____

2- Qual é a classe do público-alvo? () A; () B; () C;

3 – Já fez alguma reforma no seu comercio “por conta própria”? Ou com auxílio de um arquiteto? _____

4 - O que foi proposto pelo arquiteto para a melhoria da loja:

() Novo Layout;

() Mobiliário;

() Iluminação;

() Vitrine;

() Fachada;

() Revestimento; () outros _____

5 – Por que você contratou um Arquiteto? _____

6 - O resultado final ficou dentro das expectativas esperadas? Sim, porque? Não porque?

7 – Você recomendaria para um amigo que contratasse um profissional?

() Sim () Não

8 - Qual a importância do profissional de arquitetura para o sucesso do seu negócio?

() Muito importante;

() Importante;

() Pouco importante;

() Indiferente.

9 – Após a reforma com um profissional você considera importante para a conquista de novos clientes?

() Muito satisfeito;

() satisfeito;

() não satisfeito;

() Indiferente.