

Análise da Produção Científica da Customização em Massa na Construção Habitacional



pro.pesq
Pró-Reitoria de Pesquisa - UFRGS

BOLSA IC - PROBIC

Leo Kem Dorfman¹, Dra. Cecilia Gravina da Rocha²

1 Autor, Engenharia Civil, UFRGS;

2 Prof. Dra., Orientadora, DECIV – UFRGS.

lkdorfman@gmail.com

cecilia.rocha@ufrgs.br

INTRODUÇÃO

Na busca de vencer no ambiente competitivo, a manufatura criou a customização em massa. Este conceito cujas ideias principais podem ser sintetizados em satisfação do cliente e eficiência pode ser aplicada na produção de bens de consumo duráveis e não duráveis e serviços.

Neste contexto, apresenta-se a customização em massa aplicada à indústria da construção, ou seja, estratégias para fornecer aos clientes um produto arquitetônico que atenda a seus requisitos com um tempo e custo compatíveis com os da construção convencional. Tratando-se da construção habitacional, a customização pode variar desde o layout do projeto até acabamentos finais.

OBJETIVOS

O objetivo do artigo é traçar um panorama da produção científica em Customização em Massa com foco na Construção Habitacional através do processo de busca e análise de artigos.

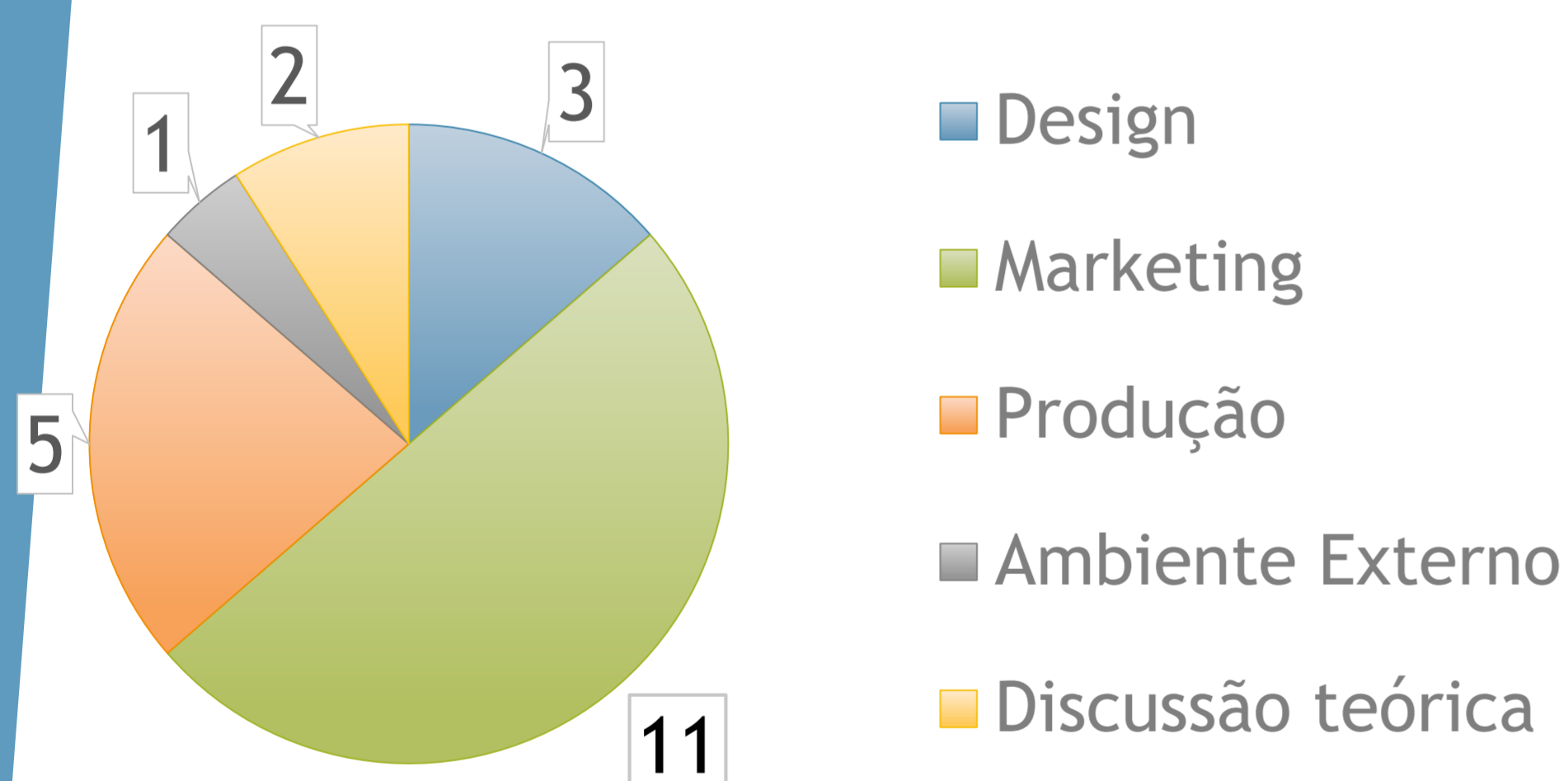
METODOLOGIA

Inicialmente, palavras-chave foram definidas após leitura e análise de artigos selecionados. Em uma segunda etapa ocorreram as buscas no site de indexação de conteúdo científico *Google Scholar* e foi criada uma planilha de análise e descrição dos artigos para agilizar e controlar os resultados das buscas. Este site foi escolhido por reunir publicações de diferentes editoras. Entre as informações coletadas, destacam-se as seguintes para caracterização: título do artigo, autores, ano de publicação, palavras-chave utilizadas na busca, natureza do artigo (periódico, conferência, tese), disponibilidade de texto na íntegra e tema. No final, 19 campos distintos deveriam ser coletadas de cada artigo. A combinação de palavras chave e local de busca – texto completo ou apenas título – resultou em 118 resultados. Nos casos em que o artigo não estava disponível para download diretamente, foram efetuadas buscas nas páginas das editoras ou conferência do artigo.

Sub-planilhas de análise foram criadas para melhor analisar os dados devido à grande dimensão da planilha original (118x19). A seção tema recebeu uma atenção à parte. Baseando-se na literatura, definiu-se cinco grandes categorias de artigos: (1) Design; (2) Marketing; (3) Produção; (4) Ambiente Externo; (5) Discussão Teórica. A identificação do grupo ao qual o artigo pertencia foi realizada através da leitura e resumo individual de cada um dos artigos analisados. As buscas, que utilizaram 46 combinações de palavras chave, resultaram em 68 artigos. Destes resultados, após excluir resultados de citação, artigos sem acesso disponível, livros e teses, capacitações e dissertações de pós-graduação chegou-se ao número de 20 artigos. Estes artigos foram analisados e categorizados nas 5 diferentes temáticas pré-estabelecidas, sendo possível a categorização em mais de um tema.

RESULTADOS

Distribuição de Temas - 20 artigos analisados*



*1 artigo dividiu a temática principal entre Design, Marketing e Produção e 1 artigo entre Ambiente Externo e Marketing.

A quantidade de artigos de conferência e periódicos foi equivalente. O resultado de busca mais antigo data do ano 2000. Os países com maior número de publicações são Estados Unidos e Reino Unido. Apesar do enfoque da pesquisa ter sido a customização em massa para o setor de habitação, o setor de construção comerciais também foi explorado em artigos encontrados.

O *Google Scholar* possui muita indexação de trabalhos, entretanto é necessário utilizar suas ferramentas de filtro de busca para evitar excesso de resultados irrelevantes ao assunto. Os termos de busca com maior número de resultados relevantes foram customization housing, customization construction e customization building – realizando filtro de buscas no título.

CONCLUSÕES

Há uma predominância de artigos na área de Marketing. A questão da implementação da customização em massa foi o assunto mais abordado, principalmente nas maneiras de otimizar a implementação dos interesses do cliente em produtos arquitetônicos.

De forma geral, observa-se que a customização em massa na construção ainda é um tema pouco explorado no âmbito nacional. Assim, sugere-se explorar este campo de estudos e possíveis oportunidades de aplicação da customização em massa no mercado imobiliário brasileiro.

