

UFV

Universidade Federal de Viçosa

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
PRÓ REITORIA DE ENSINO
COORDENADORIA DE EDUCAÇÃO ABERTA E A DISTÂNCIA
PRE 414 - PROJETO DE EMPREENDEDORISMO E CRIAÇÃO DE NOVOS
NEGÓCIOS



RELATÓRIO DE ATIVIDADES

Trabalho apresentado
como requisito parcial para
conclusão da disciplina
PRE 414 - Projeto de
Empreendedorismo e
Criação de Novos
Negócios,

Discentes:

Maressa Fonseca, Patrícia Dornas, Weverton Silva e Lucas Dutra

VIÇOSA - MG
DEZEMBRO, 2019

SUMÁRIO

RESUMO EXECUTIVO	2
INTRODUÇÃO	3
ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO	3
VALIDAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO	5
Caracterização do público-alvo	5
Validação da ideia junto aos moradores	9
Validação da ideia junto ao público acadêmico	11
d. Participação no V Concurso de Ideias - Inovar 2019	13
e. O reconhecimento do potencial do empreendimento por um investidor	14
DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE TRABALHO	15
Descrição do modelo de negócio	15
Modelo de negócios CANVAS	19
PLANO DE MARKETING	20
Análise de ambiente	20
O composto de marketing	22
VIABILIDADE	24
CONCLUSÃO	29
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30
APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM MORADORES	31

1. RESUMO EXECUTIVO

Os negócios com impacto social são iniciativas economicamente rentáveis que visam atender às necessidades da população de baixa renda oferecendo oportunidades de acesso a produtos e serviços de qualidade a preços acessíveis, bem como oportunidades de emprego e renda.

O negócio se refere ao Sonho Concreto, uma empresa criada por alunos da Universidade Federal de Viçosa, que tem como objetivo levar uma solução integrada para melhorias habitacionais, entre os serviços oferecidos estão a regularização latifundiária, levantamento arquitetônico e projeto, materiais de construção, mão-de-obra e financiamento aos moradores de Viçosa.

O objetivo de possibilitar acesso a reformas habitacionais e assistência técnica acessível e qualificada permeia essa oportunidade dentro de uma realidade na qual a maioria das construções e reformas são feitas sem o apoio de um profissional especializado e planejamento. Esse procedimento pode resultar em moradias de baixa qualidade e problemas à saúde dos seus moradores. Um outro ponto relevante é que as reformas realizadas via autoconstrução são mais demoradas e tendem a ser mais caras por conta das compras fracionadas do material, que muitas vezes, é usado de forma incorreta, gerando insegurança e desperdício.

2. INTRODUÇÃO

Em todo o mundo o fator habitacional vem se configurando como um dos temas de maior relevância da atualidade, sendo a questão da moradia um dos maiores desafios globais, uma vez que, grande parte da população vulnerável economicamente vive em situações habitacionais precárias. Nesta conjuntura vale ressaltar que, inúmeras projeções apontam que em 2030, 40% da população mundial deverá viver em moradias precárias, e 25% simplesmente não terão onde morar.

O acesso à habitação adequada está longe de ser a realidade para grande parte dos brasileiros. O Brasil possui hoje um déficit habitacional de 5,546 milhões de domicílios, e cerca de 11 milhões de moradias já construídas sem infraestrutura adequada.

Apesar de a grande maioria desse déficit estar concentrado na faixa da população com rendimentos familiares mensais de até três salários mínimos, a política habitacional brasileira tradicionalmente privilegiou a produção de moradias para camadas mais abastadas. A base da pirâmide, que tem pouco acesso às novas unidades habitacionais produzidas, tampouco goza de políticas de apoio à melhoria das condições de suas residências, normalmente localizadas em áreas periféricas e com infraestrutura precária (ASSAD, 2012).

A moradia tem uma relação direta e indireta com a maioria dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ODS - ONU): de 169 metas estabelecidas nas ODS, 67 estão indubitavelmente ligadas à habitação e 38 relacionadas indiretamente. O ODS 11 – prevê que até 2030 devemos tornar as cidades e assentamentos humanos inclusivos, seguros resilientes e sustentáveis – é o que está mais diretamente associado à temática. Assentamentos informais, favelas e outros bairros residenciais pobres constituem um fenômeno global – sobretudo em países em desenvolvimento (ARTEMÍSIA, 2018).

3. ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO

O acesso a moradia é um direito humano fundamental e vai além do simples acesso a uma casa. Muito mais do que ter uma estrutura física segura, os benefícios de uma habitação adequada têm forte relação com saúde, educação, empregabilidade, autoestima e bem-estar geral das pessoas que ali vivem. Nessa ótica, a casa tem uma abrangência maior do que um teto e quatro paredes, interfere no acesso a serviços básicos e na relação com a cidade. As dimensões que envolvem a residência estão relacionadas tanto aos aspectos estruturais, jurídicos e financeiros, quanto aos emocionais e mais subjetivos, que abarcam valores afetivos e culturais. Ao transformar positivamente o morar em um espaço dotado de segurança, dignidade e conforto, vemos um impacto transversal e positivo na vida das famílias e da sociedade (ARTEMÍSIA, 2018).

A residência inadequada e precária influencia e impacta negativamente a vida das pessoas, gerando consequências como marginalização geográfica devido à localização dos assentamentos informais, menor acesso a serviços básicos, alta vulnerabilidade e insegurança em termos de localização em áreas de risco e de alto índice de violência; aumenta a incidência de doenças respiratórias por casas insalubres, entre outros fatores.

Segundo dados oficiais da McKinsey, cerca de um terço da população mundial urbana vive em favelas e assentamentos informais, sendo necessários mais de um bilhão de novas casas até 2025 no mundo, o que por sua vez, resulta em uma demanda orçamentária em valores que vão de US\$ 9 trilhões a US\$ 11 trilhões (ARTEMÍSIA, 2018).

Do montante resultante, são 330 milhões de famílias que estão financeiramente ameaçadas pelos custos de habitação, número este que poderá crescer para 440 milhões em 2025. Ademais diante de diversos fatores interligados do atual cenário das cidades, nos últimos 30 anos, ocorreu um aumento de 28% no número de residentes em favelas, indo de 689 milhões (1990) para 881 milhões em 2014 de acordo com a ONU-Habitat (ARTEMÍSIA, 2019).

Com 85% da população brasileira vivendo em áreas urbanas (IBGE), são nestas áreas que se concentram os maiores desafios habitacionais, principalmente nas regiões metropolitanas. Dentre o público mais afetado por esses desafios, encontra-se a população de baixa renda, a qual está suscita as maiores barreiras no alcance do direito à moradia e à cidade com mínimas exigências de qualidade. É notável nestas regiões, o déficit de acesso à infraestrutura básica, onde segundo Agência Nacional de Águas (2017) 45% da população ainda não possui se quer esgotamento sanitário adequado, mais de 8% não possui coleta domiciliar de resíduos sólidos e 16,5% não são atendidos pela rede de abastecimento de água

(SNIS| Diagnóstico de Água e Esgoto, 2017), o que revela uma precariedade caótica do processo de desenvolvimento socioespacial brasileiro (ARTEMÍSIA, 2018).

Logo a atual conjuntura, revela um grande déficit habitacional no país, tanto quantitativo como qualitativo:

- O desafio habitacional quantitativo – déficit no estoque de moradias, ou seja, necessidade de construção de novas casas – envolve habitações precárias, comprometimento da renda com aluguel excessivo; coabitação familiar e adensamento excessivo de moradores em imóveis alugados, um adensamento de 7 milhões de domicílios (87,7% em áreas urbanas e 783 mil unidades em rurais).
- O desafio habitacional qualitativo – adequação das moradias, ou seja, domicílios que não proporcionam condições desejáveis de habitação por serem carentes de infraestrutura – envolve o adensamento excessivo em domicílios próprios, inadequação fundiária, cobertura inadequada e inexistência de unidade sanitária domiciliar, o que segundo a Fundação João Pinheiro (2015) resulta em um déficit de 11 milhões de domicílios.

Analisando separadamente a região sudeste do território nacional, de acordo com dados da Fundação João Pinheiro (2018), está é a região que apresenta os maiores déficits habitacionais absolutos do país, onde cerca de 2 milhões e 482 mil domicílios em 2015 se enquadravam neste contexto, o que representa em termos relativos, os valores foram 8,4% (2015).

Estado	Déficit habitacional (Milhão de unidades)	%
São Paulo	1,337	8,8%
Minas Gerais	0,575	8,1%
Rio de Janeiro	0,460	7,8%
Espírito Santo	0,109	8%

Tabela 1. Relação do Déficit habitacional por estado da região sudeste 2015.

Fonte: Adaptado da Fundação João Pinheiro (2018)

4. VALIDAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO

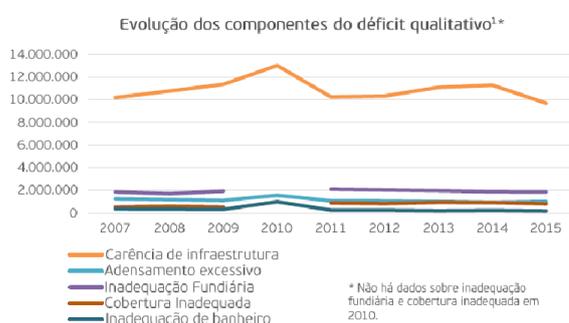
a. Caracterização do público-alvo

Com o objetivo de validar a proposta de negócio da empresa, recorreu-se à busca de possíveis clientes de acordo com as características estimadas sobre a população em que se

concentra o déficit habitacional qualitativo no Brasil, sobre a qual incidem situações de inadequação das moradias e consequente necessidade de melhorias habitacionais. Os componentes do déficit habitacional qualitativo são apresentados abaixo, sendo que há maior incidência de domicílios com carência de infraestrutura (iluminação elétrica, rede de abastecimento de água, rede de esgotamento sanitário ou fossa séptica e coleta de lixo). Ressalta-se que a carência de infraestrutura está muito atrelada à atuação do Estado, no sentido de fornecer estruturas urbanas públicas, não fazendo parte dos objetos de intervenção da empresa, contudo se ressalta aqui a sua importância como elemento fundamental para o acesso à moradia adequada.

11 milhões de moradias com **déficit qualitativo** apresentam ao menos uma inadequação, podendo ter várias delas concomitantemente.

Os critérios de inadequação habitacional não são mutuamente exclusivos. Os resultados não podem ser somados, sob risco de múltipla contagem.



COMPONENTES DO DÉFICIT QUALITATIVO

Carentes de infraestrutura: todos os que não dispõem de ao menos um dos seguintes serviços básicos:

- iluminação elétrica, rede geral de abastecimento de água com canalização interna, rede geral de esgotamento sanitário ou fossa séptica e coleta de lixo.

Adensamento excessivo: considera apenas os domicílios (casas e apartamentos) próprios: número médio de moradores no domicílio é superior a três por dormitório.

Inadequação fundiária: pelo menos um dos moradores do domicílio tem a propriedade da moradia, mas não total ou parcialmente a do terreno ou da fração ideal de terreno (no caso de apartamento) onde ela se localiza.

Cobertura inadequada: todos os domicílios que, embora possuam paredes de alvenaria ou madeira aparelhada, têm telhados de madeira aproveitada, zinco, lata ou palha.

Inexistência de unidade sanitária domiciliar exclusiva: o domicílio que não dispõe de banheiro ou sanitário de uso exclusivo.¹

Figura 1 - Componentes do déficit habitacional qualitativo. Fonte: Artemísia, 2019.

No que diz respeito à moradia em si, as inadequações estão relacionadas ao número médio de moradores por dormitórios superior a 3 pessoas, à inadequação fundiária, cobertura inadequada e inexistência de sanitário exclusivo no domicílio. Neste sentido a inadequação fundiária possui maior incidência quando comparada aos outros componentes relativos à casa.

No que diz respeito à faixa de renda em que se concentram as inadequações, o gráfico abaixo (Figura 2) demonstra a relação direta e crescente entre renda e adequação habitacional, uma vez que quanto maior a faixa salarial, maior a proporção de domicílios adequados. Portanto, as residências com maiores necessidades de melhorias habitacionais se concentram entre a população com faixas salariais inferiores. Esta caracterização mais ampla permite deduzir que a população que mais necessita de reformas em suas residências, além de possuir as menores faixas de renda, se encontra em regiões com menor acesso à infraestrutura urbana adequada.

Domicílios adequados por faixa salarial (salários-mínimos)¹

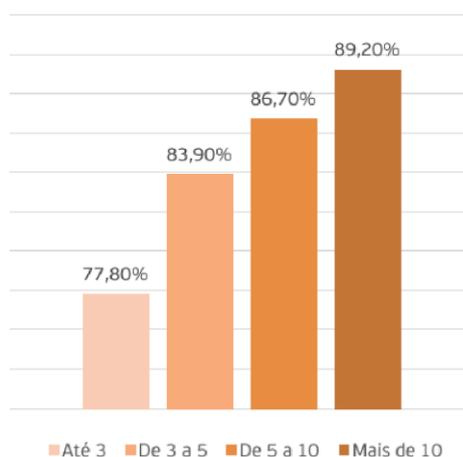


Figura 2 - Adequação de domicílios conforme faixas salariais. Fonte: Artemísia, 2019.

Tendo em vista o município de Viçosa (MG) como *locus* de intervenção, foi possível inferir que os bairros mais segregados da cidade concentrariam esta população, ou seja, possíveis clientes. Locais segregados socioespacialmente podem ser compreendidos como locais desprovidos de serviços e equipamentos públicos, marcados pela precariedade urbana, afastados do centro e habitados por uma população com condições socioeconômicas precárias. Segundo Bastos Filho (2019), na cidade de Viçosa (MG), as regiões urbanas que mais são caracterizadas como segregadas socioespacialmente são Santa Clara e Nova Viçosa (incluindo o bairro Posses), sendo esta última a que possui maior índice de segregação.



Figura 3 - Vista panorâmica do bairro Nova Viçosa. Fonte: Google Street View, 2016.

A partir desta constatação e da experiência prévia de membros da equipe vivenciadas nos bairros Nova Viçosa e Posses, optou-se por realizar o processo de validação entre moradias localizadas nesses bairros. Os bairros em questão podem ser caracterizados como

possuindo baixa densidade em relação à ocupação do solo, onde se predominam residências térreas, condições precárias de infraestrutura urbana e baixos indicadores socioeconômicos entre sua população. A forma de provisão habitacional dos moradores vem sendo realizada ao longo dos anos por meio da autoconstrução incremental, com práticas à margem da legislação urbanística e seguindo orientações feitas por pedreiros ou construtores locais (CARVALHO et al., 2013).

No ano de 2010, foi constatado que apenas 28% dos lotes em Nova Viçosa possuíam registro imobiliário e que 84% das moradias possuíam irregularidades construtivas. Dentre as irregularidades construtivas presentes nas moradias localizadas em Nova Viçosa e Posses, Dias *et. al.* (2011) destacam principalmente problemas relativos à iluminação natural no interior das residências, ocupações em áreas que representam risco e taxa de permeabilidade do terreno (área mínima para escoamento de água pluvial) inferior à estabelecida pela legislação urbanística.

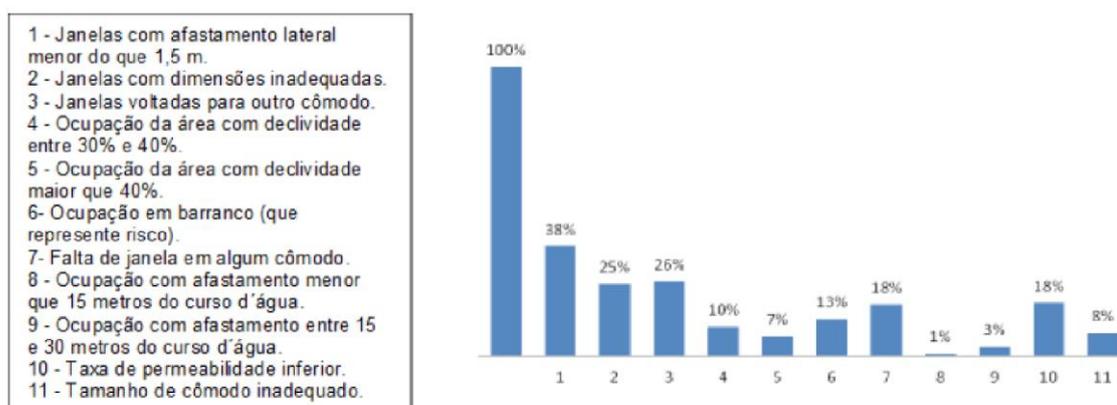


Figura 4 - Tipos de irregularidades construtivas e sua incidência em Nova Viçosa e Posses. Fonte: Dias et. al., 2011.

Além disso, Souza (2017) aponta aspectos recorrentes na autoconstrução de moradias nos bairros em questão, como a instalação problemática das coberturas das casas, que ocorre tanto pela própria precariedade dos materiais utilizados quanto pela dificuldade técnica na instalação das estruturas de sustentação. Foi identificado também o uso de material de refugo (telhas, portas de armários, compensados de madeira) como material de construção em muitas moradias, tanto para a vedação de cômodos quanto para demarcação dos limites de terrenos. Verifica-se ainda um aspecto inacabado na grande maioria das residências, devido à ausência de materiais de acabamento como reboco e pintura, fato que ocorre tanto no interior quanto no exterior das mesmas. É recorrente também a ausência de janelas e portas

no interior das moradias, sendo utilizados materiais de refugo e cortinas de tecido improvisadas para o fechamento de aberturas.



Figuras 5 e 6 - Residências em Nova Viçosa: à esquerda, material de refugo utilizado na construção e precariedade construtiva da cobertura, à direita, ausência de acabamento nas paredes de uma cozinha. Fonte: Souza, 2017.

b. Validação da ideia junto aos moradores

A partir da caracterização apontada nos estudos anteriores, descreve-se aqui o processo de validação da ideia de negócio nos bairros Nova Viçosa e Posses. Buscou-se primeiramente o contato com informantes-chave que pudessem auxiliar na indicação de famílias para a realização de entrevistas semiestruturadas. Esta conexão foi possibilitada primeiramente por meio de um ex-vereador municipal (Marcos Nunes) que pelo conhecimento de entidades atuantes no bairro, pôde indicar atores locais para contato. Desta forma, fomos direcionados para a entidade APOV – Associação Assistencial e Promocional da Oração de Viçosa, uma instituição filantrópica, sem fins lucrativos, que desenvolve ações educacionais, culturais, esportivas e assistenciais integradas à dimensão espiritual de crianças, adolescentes e suas famílias no bairro Nova Viçosa.

A equipe realizou uma visita à sede da APOV, localizada na região central do bairro Nova Viçosa, onde fomos conduzidos a um diálogo com dois representantes responsáveis por atividades da associação. Em um primeiro momento houve certa confusão em relação à finalidade de nossa visita, uma vez que havia sido passada a informação de estávamos propondo uma palestra sobre empreendedorismo para as famílias das crianças atendidas. Neste sentido, os representantes Renato e Cida nos relataram dificuldades que as famílias possuem para a geração de renda, de forma que seria interessante promover atividades de capacitação empreendedora destas famílias no futuro.

Esclarecidos os termos, apresentamos a ideia de negócio e nossa motivação para entrevistar famílias que tivessem necessidades de melhorias habitacionais nas residências ou que já tivessem passado por reformas em casa. A ideia foi bem recebida pelos representantes, que nos proporcionaram os contatos de algumas famílias que estariam dispostas a nos receber para a realização de entrevistas (Apêndice A). Efetivamente foram entrevistadas três famílias, duas residentes no bairro Posses e uma em Nova Viçosa.

A primeira família entrevistada era composta por um casal e quatro filhos, residentes em uma casa que foi recebida como herança da esposa, onde anteriormente residia sua mãe. Para adaptação às necessidades da família, nesta casa foi realizada a construção de um banheiro e a instalação de cobertura na varanda frontal. Os moradores relataram situações de precariedade nas condições da moradia, como falta de revestimento no banheiro e problemas com a instalação do telhado. O principal problema se relaciona com a cobertura, sendo relatado que no período de chuvas há constante infiltração em praticamente todos os cômodos da casa. Durante a visita, percebemos a presença de material de refugo (compensados de madeira) na construção das paredes de um cômodo e na delimitação das divisas do terreno (antigas placas de trânsito). Os moradores relataram que estão pagando ainda o valor referente aos materiais de construção da última intervenção realizada, a cobertura da varanda. Quando perguntados sobre a proposta do negócio, afirmaram que se interessariam pelo produto e que haveria possibilidade de que outras famílias do bairro também se interessassem. Afirmaram também que as redes sociais, como WhatsApp, seriam eficientes para a divulgação da proposta nos bairros.

Na segunda casa abordada os moradores eram uma senhora e com suas filhas, sua residência foi autoconstruída com a participação da senhora e do marido, que não mais mora no local. Em relação às necessidades de reforma na moradia, a moradora também relatou problemas com a cobertura da casa, afirmando que durante o período de chuvas há infiltração em diversos cômodos. Mencionou também a constante realização de obras e reformas na rua onde mora, bem como por todo o bairro. Em frente à sua residência se encontravam depositados materiais de construção pertencentes a um vizinho, que desistiu de construir a casa no local e deixou os materiais depositados na rua desde então (Figuras 7 e 8). Devido a uma chuva ocorrida naquele período, havia brita espalhada pela rua e próxima à casa da senhora entrevistada, denotando desperdício de material de construção e possível prejuízo para os vizinhos e para o espaço público, uma vez que o material se encontra espalhado pela via. No que se refere à apresentação da ideia de negócio, a moradora considerou que seria

uma boa ideia, contudo demonstrou que teria mais interesse caso fosse uma ação filantrópica, sem necessidade de pagamento.

A terceira residência abordada possuía duas moradoras, sendo uma mãe e sua filha. Neste caso, não se verificaram condições de precariedade na moradia, pelo contrário, a residência se encontrava em bom estado, se diferenciando do contexto das casas do bairro. A moradora, contudo, afirmou que havia necessidade de melhorias nas instalações hidráulicas, como torneiras, descargas e chuveiros. Durante a entrevista com a moradora, apesar de poucos relatos em relação à residência em si, percebeu-se a necessidade de ações voltadas para a capacitação profissional e empreendedora nos bairros, uma vez que a moradora se encontra em situação de desemprego e com baixíssima capacitação profissional.



Figuras 7 e 8 - Materiais de construção depositados em frente à residência de uma família entrevistada. À esquerda, brita espalhada na rua pela chuva, à direita, tijolos armazenados na calçada. Fonte: Acervo pessoal, 2019.

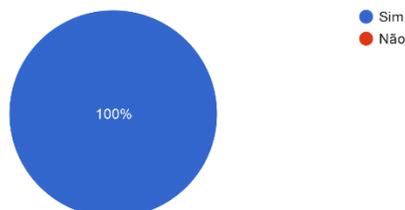
c. Validação da ideia junto ao público acadêmico

Outro aspecto pensado para o processo de validação da ideia foi o de buscar identificar a sua percepção em relação a pessoas envolvidas nas áreas de projeto e construção civil. Neste sentido, foi elaborado um questionário digital na plataforma Google Forms e enviado à coordenação do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Viçosa, tendo em vista seu encaminhamento para estudantes do curso. O questionário teve como objetivo verificar a percepção dos estudantes sobre a ideia e seu interesse em participar deste tipo de iniciativa, possivelmente na forma de trabalho voluntário. Foram obtidas 18 respostas do questionário, sendo que todos os respondentes consideraram a ideia boa. Mais de 70% dos respondentes afirmaram que participariam de uma iniciativa desta natureza, sendo que a

maioria disponibilizaria de 2h a 4h semanais para se dedicar à atividade. A maior parte dos respondentes se encontrava em estágios mais avançados do curso, em sua maioria cursando 10º e 8º períodos de graduação.

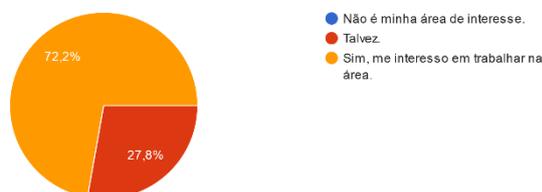
Você acha que esta é uma boa ideia?

18 respostas



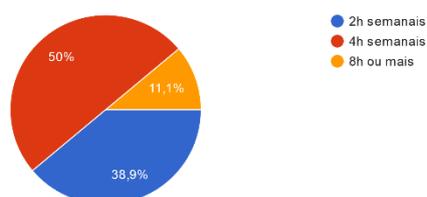
Você teria interesse em participar de uma iniciativa em assistência técnica voltada para melhorias habitacionais?

18 respostas



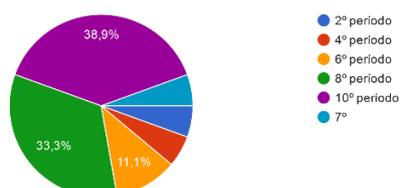
Tendo interesse em participar, qual o tempo você teria para se dedicar a este trabalho?

18 respostas



Em qual período do curso você está?

18 respostas



Além da opinião dos estudantes sobre a ideia foi também consultada a coordenadora do curso de Arquitetura e Urbanismo, professora Mariana Hermsdorff e Prata, visando identificar a sua percepção sobre a ideia de negócio e seu potencial de agregação de possíveis

estudantes interessados nesta abordagem. Segundo a coordenadora do curso, os estudantes têm se envolvido frequentemente em projetos de cunho social, seja por iniciativa própria ou estimulados por professores do Departamento. Neste sentido, a Sonho Concreto seria uma excelente oportunidade de experiência. A disciplina que trata das questões habitacionais e do projeto de arquitetura voltado para habitação de interesse social se encontra no quarto período, portanto seria ideal que alunos deste período em diante se envolvessem em atividades relativas à projetos e ações sociais desta natureza.

d. Participação no V Concurso de Ideias - Inovar 2019

Entre os meses de outubro e novembro de 2019 a equipe participou do V Concurso de Ideias para a Criação de Negócios Inovadores, uma iniciativa da Incubadora de Empresas de Base Tecnológica do Parque Tecnológico de Viçosa (TecnoPARQ), realizado no âmbito do INOVAR 2019 - Seminário de Empreendedorismo, Inovação e Desenvolvimento. O objetivo principal do concurso era disseminar a cultura empreendedora e fomentar o desenvolvimento de ideias inovadoras, dando condições para a criação de novos empreendimentos de base tecnológica. O concurso era voltado para alunos de graduação, pós-graduação, pesquisadores e docentes da Universidade Federal de Viçosa e de instituições de ensino superior de Viçosa, que apresentassem propostas de novos negócios ou ideias que necessitem de orientação para a sua concretização.

O concurso contou com diversas etapas, desde a submissão da proposta de ideia de negócio, participação da equipe em workshops de modelagem de negócio e elaboração de Pitch realizados no TecnoPARQ, finalizando com a apresentação da proposta para o público de universitários, empresários e investidores presentes no seminário INOVAR. A apresentação do pitch ocorreu no dia 06 de novembro de 2019, no auditório Fernando Sabino, no campus da UFV. A equipe foi ganhadora do primeiro lugar do concurso, obtendo como prêmios a participação dos membros em um módulo do Programa de Qualificação do tecnoPARQ 2020, isenção da taxa de inscrição para o Edital do Programa de Pré-Incubação em 2020, participação de forma gratuita do Laboratório de Ideação, uma mentoria de 4 horas em modelagem de negócios e uma premiação em dinheiro. Considera-se assim a premiação no concurso Inovar como uma forma de reconhecimento da validade da ideia no negócio.



Figuras 9 e 10 - Apresentação do Pitch da Sonho Concreto por Patrícia Dornas durante o seminário INOVAR 2019 e premiação dos participantes do concurso. Fonte: Acervo pessoal.



Figura 11 - Certificado da premiação do Concurso de Ideias 2019. Fonte: Acervo pessoal.

e. O reconhecimento do potencial do empreendimento por um investidor

Quando da participação no INOVAR, ao término da apresentação, a representante da equipe foi abordada por um dos investidores presentes, o senhor Justino. Nesta abordagem foi entregue à equipe um cartão (Figura 12) e solicitado o envio do pitch para mesmo. O investidor faz parte da empresa FCJ Venture Builder, uma empresa voltada para o desenvolvimento de startups sediada em Belo Horizonte/MG. Suas atividades foram iniciadas em 2013, sendo a primeira empresa no ramo no Brasil. Encontra-se presente nos principais polos de inovação e em diferentes verticais do mercado, tendo destaque por estar à frente da Startup Cup, o primeiro campeonato esportivo para o ecossistema de inovação no Brasil.



Figura 12 - Cartão entregue pelo investidor durante o Concurso de Ideias. Fonte: Acervo pessoal.

Ao ter o pitch analisado pela empresa, fomos convidados a apresentá-lo a profissionais da Construtech Innovation, associada à FCJ, objetivando a avaliação do potencial do empreendimento para a participação do Investor Day, evento realizado pela FCJ, em que startups são apresentadas a possíveis investidores.

5. DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE TRABALHO

a) Descrição do modelo de negócio

A ideia da Sonho Concreto nasce da percepção sobre a precariedade habitacional de moradias localizadas em bairros segregados das cidades, cujas características recorrentes são iluminação e ventilação naturais prejudicadas, ausência de materiais de acabamento (pisos, azulejos, reboco, pintura, forros), problemas com instalações elétricas e hidráulicas, dentre outros aspectos que geram situações prejudiciais à saúde e ao bem-estar dos moradores. Outra questão recorrente se refere à irregularidade fundiária em que muitas moradias nestas condições se encontram, situação que leva à insegurança de posse dos terrenos por parte das famílias e dificuldades em relação à legalização exigida por órgãos municipais para realização de intervenções, como reformas e obras para acréscimo de cômodos.

Nos casos em questão, os processos de construção e reformas das moradias são feitos de maneira incremental, ou seja, de acordo com a disponibilidade de renda dos moradores, que adquirem material de construção aos poucos e os armazenam até o momento de poderem contratar mão-de-obra para execução. Na grande maioria dos casos não é feito um planejamento prévio dos ambientes e das etapas da obra, de maneira que estas atividades são

realizadas, muitas das vezes, pelos próprios moradores ou por pedreiros contratados. Estas condições implicam em situações de desperdício de materiais de construção, tanto pela não quantificação prévia quanto pela perda de parte dos materiais pela estocagem de forma inadequada. Sendo assim, os custos são elevados, as obras demoram mais do que o previsto e a qualidade construtiva das edificações tende a ser baixa. Todos estes aspectos dificultam o acesso à moradia digna para as famílias de baixa renda, que convivem com a inadequação de suas moradias durante muito tempo.

As principais dificuldades identificadas durante processos de reformas de moradias podem ser categorizadas em quatro aspectos, identificados por Assad (2012) em comunidades de baixa renda no município de São Paulo, mas que podem ser aplicadas em outros contextos. Os pontos conflituosos são a ausência de assessoria técnica para projeto e construção, mão de obra não qualificada, falta de quantificação precisa e locais adequados para estocagem de materiais, e a dificuldade de acesso a linhas de crédito por parte das famílias (Figura 12).

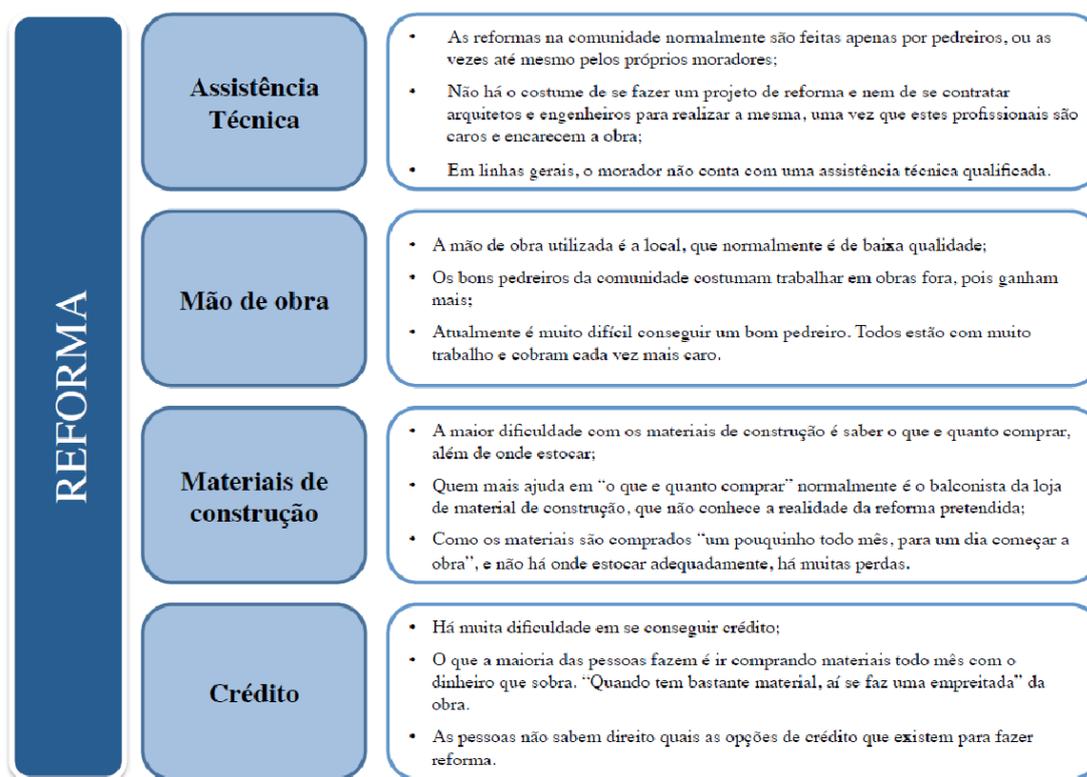


Figura 13 - Aspectos conflituosos para a realização de reformas residenciais. Fonte: ASSAD, 2012, p. 86.

A partir das necessidades descritas anteriormente, o objetivo da Sonho Concreto é **proporcionar condições dignas de moradia para famílias de baixa renda no município de Viçosa (MG)**. Com isto, busca-se contribuir não só para a construção de um ambiente

residencial mais saudável, como também para o bem-estar, autoestima, orgulho e satisfação de seus moradores. Para atingir tal objetivo, a Sonho Concreto oferece uma **solução integrada para reformas residenciais**, por meio da oferta de serviços de regularização fundiária e reformas habitacionais de baixa complexidade. A solução habitacional será vendida em forma de pacotes em três modalidades, sendo elas: pacote regularização fundiária, pacotes de reforma por cômodo (banheiro, cozinha, área de serviço, sala e quarto) e pacote solução de cobertura. A solução inclui quatro processos principais, sendo eles:

- I) Levantamento *in loco* e elaboração de projeto;
- II) Quantificação e aquisição de materiais de construção;
- III) Mão-de-obra qualificada para execução das obras;
- IV) Acesso a linhas de crédito para pagamento financiado a longo prazo.



Figura 14 - Processos relativos à solução integrada para melhorias habitacionais. Fonte: Acervo pessoal, 2019.

Os serviços oferecidos visam o **público das classes C, D e E**, geralmente moradores de bairros periféricos das cidades. Segundo o IBGE (2010), as classes sociais são definidas conforme a renda mensal das famílias, sendo elas:

- Classe A: renda acima de 20 salários mínimos (SM);
- Classe B: renda de 10 a 20 SM;
- Classe C: 4 a 10 SM;
- Classe D: 2 a 4 SM;
- Classe E: até 2 SM.

Segundo a consultoria LCA (2012 *apud* COSTA, 2018), o setor de reformas no Brasil está aquém do mercado potencial no que refere principalmente às classes D e E. Dentre a classe E, por exemplo, em 82% dos domicílios havia necessidade de reformar a moradia, porém apenas 31% haviam gasto com serviços de reformas e materiais de construção. Estes dados são indicadores de que há uma possível demanda reprimida por reformas entre as classes sociais mencionadas, que será atendida por meio da solução proposta pela Sonho Concreto através da facilitação de pagamentos por meio de financiamento.

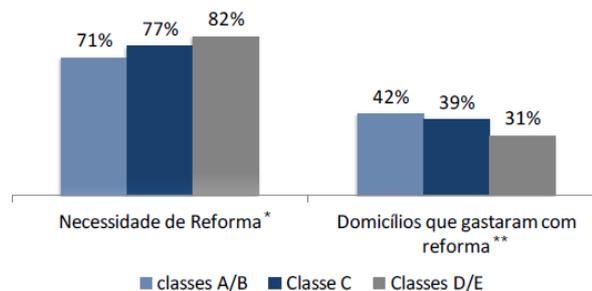


Figura 15 - Necessidade e gastos com reformas por classes de renda. Fonte: COSTA, 2018.

A empresa tem como **diferencial** em relação ao mercado de reformas tradicional, constituído por empreiteiras ou escritórios de engenharia e arquitetura, a possibilidade de acesso a uma solução integrada que proporciona o pagamento de todos os serviços em conjunto, de maneira parcelada e a longo prazo. Para tanto, é fundamental a **parceria** com entidades financiadoras, como cooperativas de crédito, que ofereçam condições mais flexíveis para a concessão de financiamento para famílias de renda baixa, considerando que grande parte delas tem sua renda baseada em atividades no setor informal ou mesmo não possui renda fixa.

Outros **atores parceiros** da Sonho Concreto são empresas ligadas ao setor da construção civil e comércio local de materiais de construção e acabamento, visando parcerias no sentido de promover ações de responsabilidade social, patrocínio e possibilidades de preços mais acessíveis para aquisição de materiais de construção. Órgãos municipais, como Secretaria Municipal de Assistência Social e Instituto de Planejamento e Meio Ambiente do Município (IPLAM), são também parceiros importantes da empresa no sentido de encaminhar famílias com demandas prioritárias, como residências que necessitem de intervenções mais urgentes. As associações de moradores dos bairros, organizações não governamentais e filantrópicas são também parceiras fundamentais para a identificação de demandas locais e possibilidade de contato com a rede de moradores do bairro para a divulgação das ações da empresa. Por fim, tem-se as entidades universitárias do município, como Universidade Federal de Viçosa e demais instituições de ensino superior, com as quais podem ser estabelecidas parcerias para atividades extracurriculares de alunos de cursos de graduação ligados à área de atuação da empresa, como trabalhos voluntários e estágios.

O **relacionamento** com os clientes ocorrerá por meio da captação ativa, através de divulgação da empresa nos bairros e participação em ações promovidas pelo setor público e organizações locais, como reuniões de associação de moradores. Será realizada consultoria personalizada ao cliente para elaboração do projeto, com levantamento arquitetônico e das principais anseios e necessidades do cliente para a reforma. Pretende-se também estabelecer

um acompanhamento pós-obra através de avaliação pós-ocupação e atestado da obra com um selo de qualidade.

Como **canais de comunicação** com os clientes, além de palestras e participação em reuniões locais, serão utilizadas as mídias digitais para divulgação dos serviços com a criação e hospedagem de um site, e uso de redes sociais como grupos de WhatsApp, perfis no Instagram e Facebook. O escritório da empresa também se constitui de um canal de comunicação fixo com as pessoas, além disso, pretende-se divulgar e promover os serviços da empresa em um escritório móvel utilizando-se de uma estrutura de tenda comercial.

A principal **fonte de receitas** da Sonho Concreto será a venda dos serviços, contudo se pretende apresentar da proposta de negócio para possíveis investidores que se interessem por financiar atividades se tornando sócios do negócio. Intenta-se também ampliar o impacto social por meio de ações de financiamento coletivo ou *crowdfunding*, visando suprir a demanda de famílias em situação de alta vulnerabilidade social, que não teriam possibilidade de arcar com as reformas por meio do financiamento. O financiamento coletivo consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa.

b) Modelo de negócios CANVAS



Figura 16 - Modelo de negócios da Sonho Concreto em formato Canvas. Fonte: Acervo pessoal, 2019.

6. PLANO DE MARKETING

Análise de ambiente

- Fatores econômicos:

Segundo o último censo realizado pelo IBGE, em 2010, a cidade de Viçosa apresenta uma população 72.220 pessoas sendo que 38,081 pessoas (52,7%) representam a população economicamente ativa. Segundo dados de 2003, 20,8% da população está nos limites de incidência da pobreza. Como a cidade é dependente da universidade, o comércio local sofre perdas nos períodos de recesso do período letivo, pois a maioria dos alunos e funcionários não são naturais de Viçosa.

- Fatores sócio-culturais:

Em Viçosa, segundo o censo de 2010, 8 068 pessoas (11,2% da população) estão acima dos 60 anos e 14 575 pessoas (20,2% da população) estão com 0 a 14 anos de idade. No total 19 306 famílias vivem em ambiente urbano, há uma média de 410 registros de casamento por ano, 889 nascimentos e 429 óbitos. Também, o município foi registrado com um IDH de 0,775, acima da média nacional. Para o negócio, a maior demanda está entre famílias urbanas com idosos e crianças devido a preocupação de saúde, segurança e ampliação de cômodos.

- Fatores políticos, legais e tecnológicos:

Não foi possível colher dados sobre legalidades das propriedades de Viçosa, contudo podemos presumir que em bairros do município com menores IDH tenham problema de regularização da propriedade.

- Concorrência:

	Regularização Fundiária	Projeto Arquitetônico	Material de Construção	Mão-de-obra	Financiamento	Atendimento móvel	Gestão da obra
Pedreiros contratados	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✗
Morador autoconstrutor	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✓
Minha Casa Minha Vida	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗
Empreiteiras locais	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✓
Projeto Vivenda (SP)	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Moradigna (SP)	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Digna Engenharia Social (TO)	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Sonho Concreto	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Figura 17 - Principais concorrentes da Sonho Concreto e suas atribuições. Fonte: Acervo pessoal, 2019.

Observou-se que a concorrência não irá gerar impactos no negócio.

- **Fatores internos:**

O modelo de negócio ainda está em desenvolvimento, não há uma sede estabelecida porém é constituída por pessoas de áreas de atuação necessárias.

- **Definição do público-alvo**

Geográfico (países, regiões, cidades, bairros)	Moradores da cidade de Viçosa
Demográficos (sexo, idade, renda, educação)	Famílias de baixa renda
Psicográficos (estilos de vida, atitudes)	Pessoas preocupadas com o bem-estar da família
Comportamentais (ocasiões de compra, hábitos de consumo, benefícios procurados, taxas de uso)	Os benefícios procurados são criar um ambiente saudável, seguro e que traga conforto para os que residem na moradia e seja convidativo para visitas

- **Definição de marca**

Nome: Sonho Concreto.

O nome do empreendimento foi desenvolvido a partir de um jogo de palavras que envolve o entendimento da moradia reformada como um *sonho*, um desejo a ser *concretizado*, e a palavra *concreto*, material recorrente usado na construção civil.

Símbolo: A logomarca da empresa utiliza as cores vermelho e cinza. A cor vermelha faz alusão à afetividade representada pelo sonho, e a cor cinza se relaciona com os aspectos construtivos da edificação e dos materiais de construção. O uso do coração associado à representação da casa se relaciona com a afetividade e ao aspecto simbólico que envolve a conclusão da casa como local não só de moradia como também de satisfação e realização pessoal, como espaço onde as pessoas irão passar grande parte de suas vidas.



Figura 18 - Logomarca proposta para a empresa. Fonte: Acervo pessoal, 2019.

– Definição de objetivos e metas

Período: Ano corrente	
Objetivos	1. Fornecer o melhor atendimento especializado
	2. Garantir a satisfação do cliente
	3. Atingir o maior número de famílias possível
Metas	1. Conquistar 10% das famílias público - alvo
	2. Obter 40% do faturamento projetado

O composto de marketing

- Produto

Fase do produto: Germinação – É a fase em que um novo produto é apresentado ao mercado. As vendas iniciais são lentas, pois os clientes potenciais passam por um estágio de

conscientização do novo produto e de seus benefícios antes de comprá-lo. Criar esse conhecimento exige gastos em promoção e divulgação.

- **Oportunidades de crescimento do produto:**

Desenvolvimento de mercado: realizar obras em apartamentos ou em residências de público de maior renda financeira.

Desenvolvimento de produtos: desenvolver kit paisagístico, promover cursos de capacitação técnica.

- **Preço**

Serão estabelecidos preços personalizados, que vai ser de acordo com os kits escolhidos pelo cliente e serviços. Também como opção de desconto de pagamento a vista caso o cliente não escolha o pagamento por financiamento, desconto caso compre mais de um kit e desconto em compras futuro para o morador que contratou o serviço e indicou a alguém.

- **Praça**

Parcerias: Lojas de materiais de construção locais, Prefeitura, UFV.

- **Promoção**

Venda pessoal: Mutirão de vendas em bairros onde estão as maiores concentrações do público – alvo;

Comunicação no ponto de venda: Cartazes, displays em lojas parceiras;

Internet: Publicidade através de redes sociais.

- **Pessoas**

Treinamento e comunicação: Desenvolvimento de alguns treinamentos sobre atendimento a clientes para os funcionários, professores e demais profissionais, bem como reuniões para o estabelecimento de valores compartilhados entre todos os membros. Promover treinamentos introdutórios para orientar os novos e atuais funcionários sobre o seu projeto de crescimento e sobre a empresa e suas atividades.

Avaliação e remuneração: Com relação à avaliação, decidiu aplicar o controle baseado no comportamento, pois garantiria maiores vantagens para seu negócio, a partir da satisfação dos seus clientes; por isso, se definiram alguns aspectos de avaliação como cordialidade, pontualidade, organização, aparência. A remuneração seria fixa, mas os funcionários receberiam bonificações a partir dos resultados obtidos nas avaliações e caso a empresa conseguisse alcançar as metas estipuladas.

7. VIABILIDADE

Na busca por avaliar a viabilidade econômica da proposta de negócios, foram realizados levantamentos dos custos iniciais do investimento e a simulação da reforma de um cômodo. Para a implementação da estrutura física da empresa, foi considerado a realização das atividades através de *Home Office*, o que torna os custos iniciais mais baratos, promovendo a escalabilidade no processo de consolidação da estrutura física propriamente dita. Com isto, o custo inicial do empreendimento compreende a abertura de registro na junta comercial, o cadastro do CNPJ, elaboração e autenticação do contrato social, que conforme levantando junto a contadores do município de Viçosa/MG, em torno de R\$ 600,00.

Para a realização da simulação dos custos operacionais de uma reforma, tomou-se como base um banheiro de 3,20 m² (Figura 1), cujas dimensões são apresentadas e considerando um pé direito de 2,70 m.

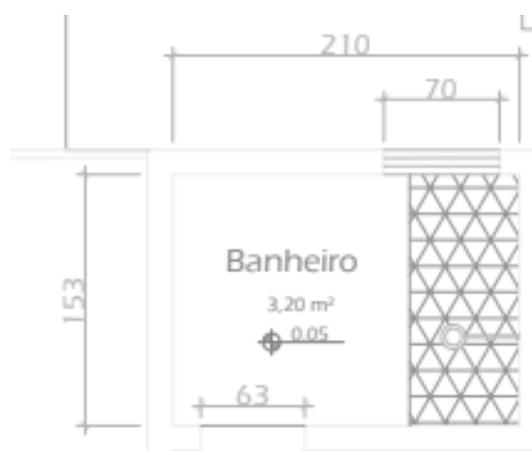


Figura 19 - Planta do banheiro a ser reformado. Fonte: Acervo pessoal.

Através de vistoria inicial, foi detectado que as paredes do cômodo estão com revestimento em chapisco, em sua maioria, uma parte com revestimento em cimento natado, a tubulação de água e fiação elétrica encontra-se exposta, o chão está parcialmente revestido com piso e cimento grosso, não há presença de porta e janela e as instalações sanitárias são precárias (Figura 2).

Realizada a avaliação do cômodo, sugere-se:

- Revestir as paredes e piso com cerâmica: para isso é necessário o emboço da parede e preparo do contra piso para cerâmica. Neste procedimento foram orçados os custos com cimento, areia, argamassa, rejunte, piso e espaçador.
- Embutir instalações elétricas e hidrossanitárias: Aqui é necessário recortar a parede e o piso para instalação dos conduítes de energia, das tomadas e interruptores, troca da fiação do chuveiro, instalação do registro de água e instalação de caixa de esgoto. Os tubos de água e esgoto serão mantidos visto que estão em bom estado, sendo apenas embutidos.
- Instalação de box de acrílico, portas, janela, forro em PVC, vaso sanitário com caixa acoplada, pia com armário, espelho e ducha higiênica.

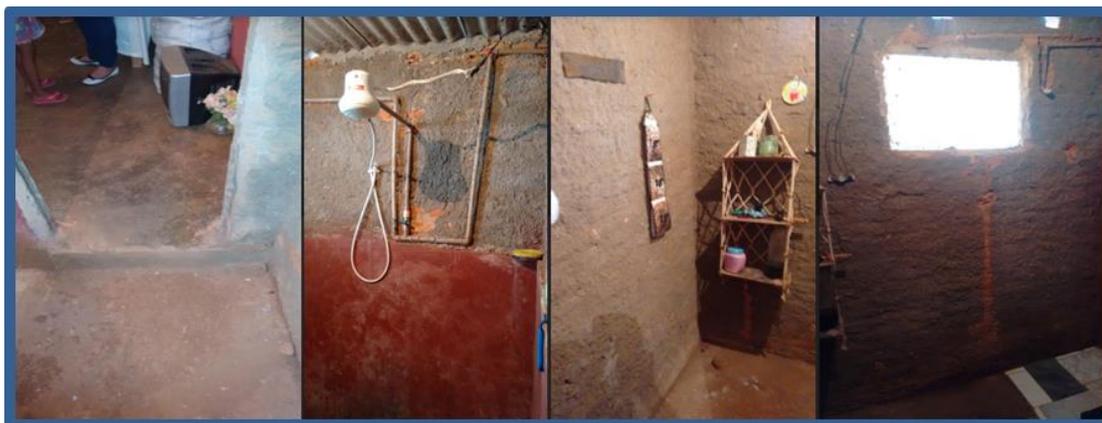


Figura 20 - Imagens do banheiro avaliado. Fonte: Acervo pessoal.

Diante das sugestões propostas, foram realizados os levantamentos em lojas online dos materiais necessários à realização da obra, com isto os materiais orçados podem apresentar oscilação de preços quando considerada a aquisição do mesmo junto ao comércio local.

Para quantizar o volume de material a ser utilizado foram estabelecidos padrões construtivos a serem seguidos, por exemplo, a espessura da camada de emboço, do contra-piso, da argamassa e rejunte; traço da massa do contra-piso e emboço; espaçamento entre

cerâmicas. Para quantificar o custo com mão de obra, foram calculados quantos dias trabalhados por cada profissional de campo (pedreiros, servente, etc); o valor do m² de projeto e valores das visitas iniciais e finais (Tabela 1).

Tabela 1 - Levantamentos de Custo para realização da forma do banheiro.

Equipamentos de Construção				
Descrição	Custo unitário	Qtd	Unid	Custo Mensal
Enxada	R\$ 26,24	1	Unid	R\$ 26,24
Pá	R\$ 18,31	1	Unid	R\$ 18,31
Colher de pedreiro	R\$ 13,50	1	Unid	R\$ 13,50
Luvas	R\$ 7,38	2	Par	R\$ 14,76
Botinas	R\$ 29,90	2	Par	R\$ 59,80
Calça	R\$ 33,90	2	Unid	R\$ 67,80
Camisa	R\$ 43,90	2	Unid	R\$ 87,80
Boné	R\$ 19,90	2	Unid	R\$ 39,80
Total				R\$ 328,01

Mão-de-Obra				
Descrição	Custo unitário	Qtd	Unid	Custo Mensal
Pedreiro	R\$ 180,00	4	dia	R\$ 720,00
Servente	R\$ 90,00	4	dia	R\$ 360,00
Bombeiro Hidráulico	R\$ 90,00	1	dia	R\$ 90,00
Eletricista	R\$ 90,00	1	dia	R\$ 90,00
Total				R\$ 1.260,00

Material de Construção				
Descrição	Custo unitário	Qtd	Unid	Custo Mensal
Areia	R\$ 115,00	0,128	m ³	R\$ 14,72
Cimento	R\$ 19,00	0,64	saco 50 kg	R\$ 12,16
Argamassa	R\$ 9,71	0,8	saco 20 kg	R\$ 7,77
Rejunte	R\$ 8,50	0,32	saco 1 kg	R\$ 2,72
Piso	R\$ 12,37	3,84	m ²	R\$ 47,50
Revestimento parede	R\$ 11,90	41,472	m ²	R\$ 493,52
Espaçador	R\$ 3,68	1	saco 100pçs	R\$ 3,68
Pia de banheiro c/ armário e espelho	R\$ 132,05	1	unid	R\$ 132,05
Registro	R\$ 12,95	2	unid	R\$ 25,90
Torneira p/ banheiro	R\$ 23,97	1	unid	R\$ 23,97
Conduite	R\$ 1,90	10	m	R\$ 19,00

Fio de Energia	R\$ 1,20	20	m	R\$ 24,00
Cola de PVC	R\$ 13,94	1	tubo	R\$ 13,94
Interruptor	R\$ 3,99	1	unid	R\$ 3,99
Tomada	R\$ 3,90	1	unid	R\$ 3,90
Sifão	R\$ 5,72	1	unid	R\$ 5,72
Caixa Sinfonada p/ banheiro	R\$ 8,03	1	unid	R\$ 8,03
Porta pra banheiro	R\$ 99,90	1	unid	R\$ 99,90
Janela para banheiro	R\$ 59,90	1	unid	R\$ 59,90
Forro em PVC	R\$ 31,90	1	unid	R\$ 31,90
Ralo Pequeno 10 cm	R\$ 4,99	1	unid	R\$ 4,99
Total				R\$ 1.039,26
Projeto				
Descrição	Custo unitário	Qtd	Unid	Custo Mensal
Elaboração da planta	R\$ 75,00	3,2	m ²	R\$ 240,00
Vistoria Final	R\$ 50,00	1	unid	R\$ 50,00
Vistoria Inicial	R\$ 50,00	1	unid	R\$ 50,00
Total				R\$ 340,00
Custo Total				R\$ 2.639,26

A partir do custo apurado para a aquisição dos materiais necessários à reforma já apresentados, foi feita a análise da variação da margem do custo de gestão da obra (Tabela 2) que permite a análise do preço final de projeto e o ganho com gestão.

Tabela 2 - Margem de gestão, ganho com gestão e Preço final de projeto.

Margem	Ganho	Preço Final
20%	R\$ 527,85	R\$ 3.167,11
15%	R\$ 395,89	R\$ 3.035,14
10%	R\$ 263,93	R\$ 2.903,18

Considerando a oscilação dos valores de mercado dos materiais, o preço final do projeto pode oscilar, para identificar os impactos desta oscilação nos ganhos do empreendimento foi criada uma simulação de variações de preços no valor de 5% para mais ou para menos (Tabela 3).

Tabela 3 - Demonstrativo de variação dos valores de ganho com gestão e preço final de projeto.

Variação	5%	-5%
Custo de projeto	R\$ 3.035,63	R\$ 2.898,90

Margem de Gestão	Ganho	Preço Final	Ganho	Preço Final
20%	R\$ 607,13	R\$ 3.642,75	R\$ 579,78	R\$ 3.478,68
15%	R\$ 455,34	R\$ 3.490,97	R\$ 434,84	R\$ 3.333,74
10%	R\$ 303,56	R\$ 3.339,19	R\$ 289,89	R\$ 3.188,79

Impactos esperados e metodologia de mensuração

Avaliações de impacto são uma parte importante da área maior de monitoramento e avaliação de programas e negócios sociais na medida em que fornecem elementos para a tomada de decisões de qualidade e em tempo hábil para o gestor ou empreendedor social. Além disso, o desenvolvimento de uma cultura de medição de impacto tende a elevar o nível de qualidade de intervenções sociais, na medida em que estimula a revisão periódica de suas hipóteses e condições de operação (IDIS,2018).

A avaliação é, antes de tudo, um processo de aprendizagem, no qual as hipóteses de trabalho, as metodologias e instrumentos de coleta de dados serão postas à prova, com o nobre objetivo de criar uma cultura de aperfeiçoamento dos processos de geração de valor social (IDIS,2018). Avaliação de impacto pode ser definida como os efeitos de uma atividade no tecido social de determinada comunidade e suas influências no bem-estar dos indivíduos e famílias que a compõe (OLIVEIRA, KIYAMA, COMINI, 2013).

Impactos sociais de negócios se traduzem em melhorias sociais no sentido amplo, para além dos resultados que uma empresa gera sobre o emprego, a renda familiar e a arrecadação de impostos (TORRES; BARKI, 2013).

- Geração de empregos – Aumento de renda;
- Melhoria na qualidade de vida – Ambiente ventilado e iluminado adequadamente;
- Mais dignidade – Melhoria na autoestima da família;
- Economia - Reformas com mão-de-obra inadequada custam cerca de 40% a mais;
- Sustentabilidade da empresa;
- Número de parcerias;
- Número de projetos executados anualmente.

8. CONCLUSÃO_____

Tomando como referência os objetivos da disciplina é possível concluir que a experiência de modelar um negócio foi extremamente válida para a equipe. Entender como a dinâmica de estruturação ideológica e organizacional de um empreendimento foi o grande aprendizado aqui consolidado. Ressalta-se o incentivo dado pelos professores envolvidos na disciplina para a equipe, no sentido de realização de atividades relacionadas ao empreendedorismo, como a participação no Concurso de Ideias, e o apoio para o desenvolvimento desta ideia como um negócio a ser consolidado.

No que tange ao empreendimento, a partir das informações acima, é possível verificar que a proposta de negócio em questão está diretamente ligada a uma demanda de mercado, identificada através das dores dos clientes em potencial. Verifica-se também que apesar da existência de outros empreendimentos que oferecem este tipo de serviço, ainda existe uma demanda crescente de mercado para tal implementação, tendo em vista o crescimento de bairros periféricos em municípios de grande e pequeno porte. Fica evidente que com pouco investimento inicial um empreendimento de considerável impacto social, pode ser estruturado e começar a operar de forma escalável, criando uma estrutura estável dentro dos aspectos institucionais do negócio e do mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSAD, Fernando Amiky. **Negócios sociais no Brasil: oportunidades e desafios para o setor habitacional**. 2012. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

BASTOS FILHO, Reinaldo Antônio. **Segregação socioespacial e redes de apoio familiar em regiões periféricas de uma cidade média mineira**. Tese (Doutorado em Economia Doméstica) – Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG, 2019.

CARVALHO, Aline Werneck Barbosa. et al. A assistência técnica gratuita para o projeto de habitação de interesse social: Uma Experiência de Aproximação Entre Pesquisa, Ensino e Extensão. In: VI Projetar, 2013, **Anais...** Salvador: UFBA, 2013.

DIAS, Adelaide Luiza Novais. et al. **Estudo comparativo do processo de ocupação irregular do solo urbano nas áreas centrais e periféricas**. Relatório Final de Pesquisa. Viçosa: PIBIC/CNPQ/DAU/UFV, 2011.

IDIS, 2018. **Avaliação de Impacto Social metodologias e reflexões**. Disponível em: https://www.idis.org.br/wp-content/uploads/2018/05/Artigo_Avaliacao_Impacto_Social_06.pdf. Acesso em: nov.2019.

MONTEIRO, A. **A avaliação nos projectos de intervenção social: reflexões a partir de uma prática**. 1996,

OLIVEIRA, M.E. **Empreendedorismo social no Brasil:** atual configuração, perspectivas e desafios – Rev. FAE, Curitiba, v.7, n.2, p9-18. Jul/dez. 2004.

SOUZA, Maressa Fonseca. **Modos de vida e modos de habitar em moradias autoconstruídas:** um estudo nos bairros Nova Viçosa e Posses, em Viçosa – MG. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Viçosa, 2017.

SUCUPIRA, G. A. (2015). **Desafios de Empreender Negócios Sociais no Brasil** (Doctoral dissertation, PUC-Rio).

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM MORADORES

Somos uma equipe multidisciplinar de estudantes formada na disciplina PRE 414 - Projeto de Empreendedorismo e Criação de Novos Negócios, oferecida pela UFV. Esta disciplina tem como objetivo proporcionar aos estudantes um espaço para estruturar um plano de ação, a partir de uma situação-problema, utilizando um negócio empreendedor como método de solução

A proposta de nossa equipe neste semestre consiste em um negócio de impacto social que ofereça uma solução integrada de assistência técnica e gestão de obra para pequenas reformas residenciais. Nosso objetivo é atender moradores de bairros periféricos da cidade de Viçosa, principalmente a população de autoconstrutores.

Estamos na fase de validação de nossa ideia e gostaríamos de saber qual sua percepção com relação a ela.

Gostaríamos de contar com sua colaboração respondendo a apenas 4 perguntas!

CARACTERIZAÇÃO DA FAMÍLIA

- Quantas pessoas residem na casa hoje?
- Quantas pessoas contribuem para o sustento da família?
- Alguém na família apresenta algum problema de saúde devido ao ambiente residencial? Qual o problema?

CARACTERIZAÇÃO DA MORADIA

- Qual o número de cômodos da residência?
- A residência tem acabamento na parte interna? Qual?
- A residência tem acabamento na parte externa? Qual?
-
- A cozinha tem revestimento? Se sim, qual?
- O banheiro tem revestimento? Se sim, qual?
- Qual o tipo de piso da residência?
- A moradia possui telhado? Se sim, qual o tipo?
- A moradia possui forro? Se sim, qual o tipo?

ASPECTOS RELATIVOS À OBRAS / REFORMA

- Sua casa já foi reformada ou ampliada alguma vez? Quando?
- Qual foi o motivo da reforma? O que foi reformado / ampliado?
- Quem fez a reforma (pedreiro, moradores, etc.)?
- Como foi o processo da obra? Quanto tempo levou? Como o material foi adquirido?
- Existiram dificuldades no processo de reforma? Quais (econômicas, estruturais...)?
- Existe alguma modificação que você gostaria de fazer atualmente na sua casa?

ASPECTOS RELATIVOS À IDEIA DE NEGÓCIO

- O que você acha desta ideia?
- Você estaria disposto a contratar um serviço como este? Por que?
- Como você acha que poderíamos divulgar nossa empresa no seu bairro? Qual a melhor forma de divulgação?
- Se tivéssemos um posto de atendimento no bairro, você acha que conseguiríamos alcançar mais pessoas?

