

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

MANUTENÇÃO RESIDENCIAL: UM NICHOS IMPORTANTE PARA FRANQUIAS EM PEQUENAS CIDADES¹

Clarice Vepo Do Nascimento Welter², Lurdes Marlene Seide Froemming³.

¹ Trabalho de Conclusão de Pós Graduação (lato sensu)

² Aluna do Mestrado em Desenvolvimento Regional da Unijui

³ Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil, 2001) e professora da UNIJUI.

INTRODUÇÃO

O mundo está cada vez mais acelerado, as pessoas procuram otimizar o tempo disponível, realizando suas tarefas no menor tempo possível. Nas residências cada vez mais as mulheres estão trabalhando fora e ajudando no orçamento doméstico, muitas vezes conduzem suas famílias sozinhas, isto faz com que o tempo dessas famílias fique reduzido, o que acarreta em uma manutenção preventiva de seus lares pouco eficiente. Existem também muitos jovens morando sozinhos que trabalham e estudam durante o dia todo e acabam não tendo tempo para cuidar da manutenção de seus lares. Com isso a contratação de serviços para a realização de pequenos reparos em residências, tornou-se algo muito eficiente, garantindo tranquilidade a seus moradores.

O setor de prestação de serviços de manutenção residencial vem se destacando dentro da economia brasileira por diversos fatores, como o crescimento da construção civil, facilidades de construção devido ao projeto minha casa minha vida e o crescimento do poder aquisitivo das novas classes sociais coma a nova classe C.

Este estudo envolve uma cidade do interior do estado do Rio Grande do Sul, com aproximadamente 62.990 habitantes (IBGE, 2015) e teve como tema central a pesquisa da viabilidade de implementação de uma franquia de prestação de serviços de manutenção residencial nesta cidade, realizando uma pesquisa de mercado. A problemática encontrada nesse projeto se dá pelo fato da cidade investigada ter uma escassez de mão de obra para a prestação de pequenos serviços de manutenção em uma residência, como serviços de eletricitista, encanador, pedreiro, jardineiro etc. Os poucos profissionais existentes trabalham em empresas privadas e somente podem atender uma residência após o expediente, nem sempre estão disponíveis na hora que é necessário.

Este estudo mostrou-se importante, pois possibilitou identificar a viabilidade de implementação de uma franquia que preste serviços de manutenção em residências nesta cidade, mostrou-se importante também porque através dessa empresa será possível sanar o problema de encontrar pessoas para realizar esse tipo de serviço, que seja qualificada para realizar a tarefa designada e de confiança para estar dentro de nossas casas.

O mercado de serviços está em crescimento, sendo assim esta pesquisa promove a importância de verificar a viabilidade de implementação de uma franquia prestadora de serviços de manutenção residencial no interior do estado do Rio Grande do Sul, fator importante para guiar a decisão de abertura de um novo negócio.

METODOLOGIA

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

Trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória, pois tem como finalidade aprofundar o conhecimento do pesquisador sobre o assunto estudado, procurando descrever as características daquilo que foi pesquisado.

A pesquisa descritiva, segundo Gil (2002 p. 42), “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinadas populações ou fenômenos”. Já a pesquisa exploratória que, conforme Gil (2002, p. 41), tem “como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses.”

Foi utilizado nesta pesquisa, para buscar as informações necessárias uma pesquisa de campo, com a aplicação de um questionário misto no público-alvo, consistindo de perguntas abertas e fechadas a fim de investigar se seria viável a implementação de uma franquia do ramo de serviços de manutenção residencial na cidade investigada.

A pesquisa de campo segundo Fachin (2003, p.133), “detém-se na observação do contexto no qual é detectado um fato social (problema), que a princípio passa a ser examinado e posteriormente, é encaminhado para explicações por meio dos métodos e das técnicas específicas”.

Quanto à forma de abordagem do problema apresenta-se como uma pesquisa quantitativa e qualitativa. Segundo Roesch (2007, p. 123) “O método quantitativo enfatiza a utilização de dados padronizados que permitem ao pesquisador elaborar sumários, comparações e generalizações; por isso mesmo a análise de dados é baseada no uso de estatísticas”. Sendo assim ela é uma pesquisa quantitativa pois utilizou-se o questionário para quantificar e traduzir em números as informações para então obter a análise dos dados a fim de chegar a uma conclusão. E é uma pesquisa qualitativa pois foi dada a opção de os entrevistados se manifestarem a respeito das perguntas elaboradas a eles no questionário. A pesquisa qualitativa é aquela que não pode ser mensurável, quantificável, ou seja, não se pode traduzir em números. Tem caráter exploratório, ou seja, estimulam os entrevistados a pensarem livremente sobre algum tema, objeto ou conceito.

O público alvo desta pesquisa foram as pessoas que constituem as classes A, B e C, mulheres chefes de família, donas de casa, estudantes que moram sozinhas, pequenas empresas do comércio em geral, pois são eles os possíveis clientes da empresa que se quer implantar na cidade. A amostra totalizou 41 pessoas distribuídas em várias localidades da cidade investigada, constituindo-se em amostra não probabilística por adesão.

A análise ocorreu de forma quantitativa e qualitativa, especialmente para a análise quantitativa foi utilizado o software Excel para construção de gráficos.

Resultados e Discussão:

O desejo de ter um negócio próprio é o desejo de muitos empreendedores que almejam serem patrões ao invés de simples funcionários. Empreendedorismo é pensar algo novo, ter iniciativa, visão, vislumbrar uma oportunidade e pôr em prática correndo riscos calculados, enfim empreender é enxergar uma oportunidade de negócio e buscar formas para aproveitar as oportunidades identificadas.

Conforme o SEBRAE/RS, Empreendedorismo é o ato de criar e gerenciar um negócio, assumindo riscos em busca de lucro.

Segundo Dornelas (2008, p. 22) “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades”.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

Ou seja, empreendedor é aquela pessoa que tem o desejo de ter um negócio próprio, e vislumbra uma oportunidade e a partir daí busca recursos para a implementação dessa ideia de negócio. Uma das características marcantes de quem empreende é descobrir, ou transformar, em oportunidades, situações ou necessidades onde a grande maioria apenas enxerga problemas.

Nesse contexto a franquia sem dúvidas é uma opção que traz maior segurança para quem quer ter seu próprio negócio, pois é oferecido todo o suporte para abertura da franquia, desde a reforma da loja, estoque, divulgação, assessoria jurídica, treinamentos até qualquer problema que venha acontecer.

Dados extraídos de uma pesquisa realizada pelo Sebrae revelam que 49% das empresas abertas sem o modelo de franquia fecham até o segundo ano, 56% até o terceiro, 60% até o quarto e 80% até o quinto. Já a taxa de mortalidade de uma franquia é de apenas 3% no primeiro ano, chegando a 15% no quinto ano.

A franquia é, em suma, uma relação de parceria e colaboração econômica entre a franqueadora, que deseja vender os produtos ou serviços protegidos por sua marca, e do franqueado, que procura tirar proveito do know-how e do prestígio já conquistado pelo franqueador perante o público (BENITTI, 2013).

A opção pela franquia configura-se em uma decisão de certa forma mais segura para se investir pelo fato do negócio já ter sido testado e já ter sua clientela, os riscos de não dar certo são bem menores em relação a um negócio totalmente novo no mercado em que se é necessário todo o esforço até que a marca fique conhecida.

De acordo com Micheletto (2013, pg.2) “Em linhas gerais, a franquia é um bom negócio, pois já foi testado, aprovado e padronizado a fim de oferecer ao candidato a franqueado um sistema administrativo pronto e consolidado.

O estudo em questão trata de uma franquia de serviços. Sendo serviço um produto diferenciado é essencial conceituá-lo.

O setor de serviços está crescendo e atualmente tem uma participação importante na nossa economia, além de ser responsável por grande parte da geração de empregos no Brasil.

Kotler (2000, p. 448) define serviços como “qualquer ato ou desempenho, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta na propriedade de nada”.

Las Casas (2002, p. 17) afirma que os “serviços constituem uma transação realizada por uma empresa ou por um indivíduo, cujo objetivo não está associado à transferência de um bem”.

Diante disso observa-se que os serviços são intangíveis, variáveis e perecíveis, não podem ser vistos ou tocados antes de serem comprados, não podem ser julgados antes de serem prestados, ele começa a existir no momento que é contratado e sofre variações de um serviço para outro, pois são prestados por pessoas, não é um produto pronto que é o mesmo em todos os lugares que são expostos. Nesse sentido serviço é como se fosse uma experiência vivenciada entre duas ou mais partes que não estão associadas à transferência de um bem, pois o que se vende é uma solução intangível para um problema, ou seja, uma ideia.

Em relação aos resultados da pesquisa demonstrado através da análise das perguntas realizadas ao público alvo, foi constatado que 56% dos entrevistados contratam profissionais para realizar os reparos de suas residências, pelas respostas obtidas constatou-se que os pequenos reparos são realizados pelos próprios moradores, sendo que os serviços de maior complexidade e que se exige maior habilidade técnica eram terceirizados a profissionais. Foi questionado aos sujeitos da pesquisa

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

se eram encontrados com facilidade profissionais para realizar a manutenção de seus domicílios, verificou-se que apenas 34% do público alvo encontra esses profissionais a disposição quando precisa, mostrando a falta desses profissionais na cidade investigada.

Com relação às expectativas esperadas com a realização dos serviços, o atributo que mais foi apontado, foi a da qualidade, os clientes querem qualidade nos serviços prestados antes do preço, eles não se importam em pagar um pouco mais desde que o serviço fique de acordo com o combinado e segundo a pesquisa apenas 15 % disseram que tem suas expectativas atendidas, isso mostra a insatisfação dos clientes com relação aos serviços prestados. Muitos entrevistados alegaram que o serviço ficava mal acabado, falta qualidade, o serviço não fica como o combinado entre outras reclamações.

Uma das questões-chaves da pesquisa para avaliar a viabilidade do empreendimento foi se o sujeito achava interessante ter uma empresa na cidade que prestasse serviços de manutenção residencial, a resposta foi quase unânime em afirmar que sim, 88% das pessoas investigadas responderam que gostariam de uma empresa deste tipo na cidade, devido à agilidade que traria a solução dos problemas em suas residências ou organizações, pela segurança que proporcionaria e facilidade em encontrar esses profissionais em um único lugar.

Sendo assim, constatou-se a possibilidade da implementação dessa franquia de manutenção residencial na cidade investigada, mostrando a necessidade então da confecção de um plano de negócios para montar a estrutura da empresa, desde serviços que seriam prestados, valores dos serviços, profissionais que precisariam ser contratados para a realização dos serviços, investimentos necessários, missão e valores da empresa, capital social, estudo do público-alvo, concorrentes, fornecedores, localização do negócio, plano de marketing, enfim, todo o desenho da empresa.

CONCLUSÃO

Através desta pesquisa investigou-se a possibilidade da implementação de uma franquia na cidade investigada, que prestasse serviços de manutenção residencial aos clientes potenciais. Diante do que aqui foi exposto constatou-se que a cidade aceitaria uma franquia desse tipo devido à falta de profissionais para a realização de pequenos reparos em residências, os entrevistados disseram que geralmente os profissionais existentes não têm horários disponíveis, existem poucos profissionais e não são qualificados, os serviços são prestados com pouca qualidade. A franquia teria uma boa aceitação também pelo fato da segurança que traria pois os clientes saberiam que a responsabilidade pelos funcionários designados a prestar o serviço seria da empresa, portanto os clientes ficariam mais tranquilos, do que se eles tivessem que contratar alguém por conta própria.

Portanto a falta de mão de obra que seja qualificada, tenha disponibilidade e seja de confiança para entrar dentro de nossas casas e extremamente baixa, mostrando assim que seria muito interessante a implementação de uma empresa deste ramo na cidade investigada.

Diante do que foi exposto no decorrer deste trabalho, chegou-se à conclusão que é viável a implementação de uma franquia prestadora de serviços de manutenção residencial no interior do estado do Rio Grande do Sul e que deve ser empreendido pelos interessados. Porém é importante prospectar o mercado antes de iniciar um novo negócio, buscando todas as informações e valores necessários afim de diminuir as incertezas e riscos pertinentes, diminuindo a possibilidade de morte

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

prematura do empreendimento. Nesse contexto a elaboração de um plano de negócio é necessário para desenhar os objetivos do negócio e os passos que devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados. Um Plano de Negócios aumenta em até 60% as chances de obter sucesso dos negócios (DORNELAS, 2008). Portanto elaborar um plano de negócios é o primeiro passo para o sucesso de um empreendimento, sendo importante construí-lo com base em uma pesquisa de interesse na população visada.

PALAVRAS-CHAVE:

Serviços, Franquia, Viabilidade

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENITTI, Lillian Cristina. Franquias: saiba para que serve a cláusula de não concorrência. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/noticias/administracao-e-negocios/franquias-saiba-para-que-serve-a-clausula-de-nao-concorrencia/72705/>>. Acesso em 20 de março de 2013.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2008

FACHIN, Odília. Fundamentos da metodologia. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IBGE, Cidades. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=431800>. Acesso em 03/07/2016.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de serviços. São Paulo: Atlas, 2002

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E.M. Metodologia do trabalho científico. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MICHELETTO, Beatriz. Quais são as vantagens e desvantagens de uma franquia? O que deve ser analisado na hora da aquisição? São Paulo. Sebrae, 2013. Disponível em:<http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/noticias/jornal_negocios/2013/fev_225.pdf>. Acesso em 28 de março de 2013.

ROESCH, Silvia M. Projetos de estágio e de pesquisa em administração. 2. ed. São Paulo. Atlas, 1999.

SEBRAE. Quero abrir minha empresa. Disponível em: <http://www.sebrae-rs.com.br/index.php/quero-abrir-minha-empresa>. Acesso 22/06/2016



Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica