



ANA BÁRBARA RODRIGUES TORRES

MARINA OLIVEIRA ASSUNÇÃO

**ESTUDO DE VIABILIDADE DA IMPLANTAÇÃO DE UMA EMPRESA
ESPECIALIZADA EM REFORMAS E MANUTENÇÃO DE
EDIFICAÇÕES NA CIDADE DE DIVINÓPOLIS – MG E
MICRORREGIÃO**

**LAVRAS – MG
2019**

ANA BÁRBARA RODRIGUES TORRES
MARINA OLIVEIRA ASSUNÇÃO

**ESTUDO DE VIABILIDADE DA IMPLANTAÇÃO DE UMA EMPRESA
ESPECIALIZADA EM REFORMAS E MANUTENÇÃO DE EDIFICAÇÕES NA
CIDADE DE DIVINÓPOLIS – MG E MICRORREGIÃO**

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado à
Universidade Federal de Lavras, como parte das
exigências do Curso de Engenharia Civil, para a
obtenção do título de Bacharel.

Prof. Dr. Ígor José Mendes Lemes
Orientador

Profa. Dra. Elisa Reis Guimarães
Coorientadora

LAVRAS – MG
2019

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal de Lavras pelas oportunidades proporcionadas durante a graduação. Ao professor Dr. Ígor por ser um exemplo de profissional, nos inspirando e compartilhando conhecimento para além do trabalho. À professora Dr^a. Elisa, sempre solícita, por todo suporte e paciência na orientação, tornando possível a realização deste trabalho. Aos professores que durante esta trajetória foram importantes para construção do nosso perfil profissional, especialmente o professor Jorge Renda que nos despertou o interesse pela área de reformas. Dedicamos esta, bem como todas as nossas conquistas aos nossos pais e familiares, estudar fora é muita das vezes abdicar do convívio familiar, é sacrificar momentos preciosos em busca da realização de um sonho, com o apoio de vocês esse caminho se tornou mais fácil. A todos os amigos que fizeram parte da nossa graduação, e a todos que de forma direta ou indireta participaram de tal conquista, o nosso muito obrigado.

RESUMO

O Plano de Negócios consiste em uma importante ferramenta para o planejamento e redução dos riscos empresariais, facilitando o alcance dos objetivos organizacionais e possibilitando a captação de investimentos para o início ou reformulação de empreendimentos. Tal ferramenta também auxilia os empreendedores na reflexão acerca da proposta de valor do negócio, de forma que este apresente relevante diferencial frente aos concorrentes, criando uma visão mais ampla do empreendimento. Por meio deste trabalho, objetiva-se estudar a viabilidade da implementação de uma empresa especializada em reformas e manutenção, visando o mercado do município de Divinópolis-MG e microrregião. Em pesquisa exploratória, foram coletados dados primários, por meio de questionário online autoadministrado, permitindo um melhor entendimento das características e motivações do público alvo. Foi possível observar que a fonte dos recursos para o investimento em reformas, é em sua maioria, recursos próprios, e que o público valoriza aspectos como a qualidade do atendimento, da mão-de-obra e prazo de entrega no momento da escolha da empresa para realizar o projeto. Ainda, foram obtidas, em estudo secundário, informações sobre o número de engenheiros civis inscritos e ativos na microrregião. Foram realizadas entrevistas com duas empresas atuantes no setor de reformas, o que possibilitou um melhor entendimento dos concorrentes, sendo possível observar a importância de investimento em marketing e propaganda para ganhar espaço no mercado. Foram elaborados também, planos de marketing, operacional e financeiro. Este último permitiu a análise da viabilidade por indicadores econômicos e financeiros e constatou-se a que a abertura da nova empresa é viável, retornando o investimento em forma de lucro em um prazo de 17 meses. Conclui-se que, os dados obtidos no presente trabalho se mostram favoráveis a fundação da empresa.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Reforma. Manutenção. Plano de Negócios. Engenharia Civil.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	REFERENCIAL TEÓRICO	8
2.1	Reforma e manutenção.....	8
2.2	Plano de negócios.....	10
2.2.1	Modelo de Negócios	11
3	METODOLOGIA	13
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	15
4.1	Sumário executivo.....	15
4.2	Descrição do Negócio	16
4.2.1	Breve histórico.....	17
4.2.2	Oportunidade vislumbrada.....	17
4.2.3	Business Model Canvas	17
4.3	Análise de Mercado.....	20
4.3.1	Clientes.....	20
4.3.2	Estudo dos concorrentes	24
4.3.3	Fornecedores.....	25
4.4	Plano de Marketing	26
4.4.1	Produtos e serviços.....	26
4.4.2	Preço.....	27
4.4.3	Identidade visual.....	27
4.4.4	Estratégias promocionais	29
4.5	Plano Operacional	30
4.5.1	Estrutura Organizacional	30
4.5.2	Capacidade Produtiva.....	31
4.5.3	Processos.....	32
4.6	Plano Financeiro	33
4.6.1	Investimentos fixos	33
4.6.2	Capital de Giro.....	34
4.6.3	Investimentos pré-operacionais	38
4.6.4	Investimento Total.....	39
4.6.5	Indicadores de viabilidade	39
5	CONCLUSÃO.....	41
	REFERÊNCIAS.....	43
	APÊNDICE.....	46

1 INTRODUÇÃO

A Construção Civil é um ramo da engenharia que voltou a crescer no Brasil no ano de 2019, após seguidas quedas do produto interno bruto (PIB) entre os anos de 2014 e 2018. Um grande fator para esse crescimento é a alta demanda por construções destinadas à moradia devido ao crescimento da população, além da melhoria das condições de financiamento. Pelas características nacionais, as políticas públicas brasileiras incentivam a construção e expansão das cidades, o que faz com que grande parte das construções do país seja recente (ABECIP, 2019).

A vida útil de uma edificação é a medida temporal da durabilidade da mesma. O conceito de vida útil, em conjunto com abordagens sobre durabilidade e prazo de garantia das obras, são abordados na NBR 15575 Edificações Habitacionais - Desempenho (ABNT, 2013). Sendo assim, torna-se essencial buscar a extensão da vida útil das estruturas já edificadas. Para tal, realizam-se alterações para que elas continuem atendendo consistentemente às necessidades de seus usuários e estejam em condições ótimas de proporcionar conforto a eles.

As atividades voltadas à manutenção de edificações se tornam, portanto, de grande relevância no contexto da construção civil, possibilitando que sejam mantidas ou restabelecidas as características iniciais da obra. Essa é uma necessidade dos usuários e depende de fatores como decisões nas fases de projeto e construção, da intensidade de utilização e do comportamento do edifício em serviço.

Objetivou-se no presente trabalho averiguar a viabilidade da implementação de uma empresa especializada em reforma e manutenção de edificações na cidade de Divinópolis-MG e microrregião. Para tanto, elaborou-se um Plano de Negócio, que é uma ferramenta de planejamento para auxiliar o empreendedor a conhecer as oportunidades e os riscos do novo empreendimento.

A idealização da abertura de uma empresa de reformas e manutenção de edificações vem da experiência de intercâmbio das autoras em Portugal. Nesta vivência, foi possível conhecer o mercado que está em expansão em países desenvolvidos. Nestes locais, há uma constante busca por ações de preservação do patrimônio local, reestabelecendo a habitabilidade das edificações e investe-se em manutenções para preservar as características íntegras das mesmas.

O resultado final do trabalho será um plano de negócios, contendo uma descrição da empresa, de seus serviços e objetivos, um estudo do mercado na qual a empresa estará inserida, e também planos de marketing, operacional e financeiro. Considerando tais reflexões, por meio

da construção do plano de negócios, será possível verificar se realmente há demanda latente por serviços de reformas e manutenção de edificações e oportunidade para a abertura de uma empresa especializada neste segmento na microrregião de Divinópolis.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Almejando alcançar os objetivos propostos neste estudo, é indispensável o desenvolvimento de uma base teórica, a fim de fundamentar os resultados obtidos no mesmo. A seguir, serão abordados os conceitos de reforma e manutenção, assim como o conteúdo do plano de negócios.

2.1 Reforma e manutenção

A redução ou perda do desempenho de uma edificação, seja por sua inutilização ou degradação decorrentes de planejamento inadequado, é um problema recorrente na indústria da construção. Possam e Demoliner (2013) conceituaram desempenho como o comportamento em uso, que no contexto das edificações, pode ser compreendido como as condições mínimas de habitabilidade (e.g. conforto térmico e acústico, higiene e segurança, entre outros) necessárias para que elas sejam utilizadas por um ou mais indivíduos durante um período de tempo. O conceito temporal é variável entre indivíduos, pois depende das exigências do usuário e dos cuidados no uso (manutenção).

Dados do Sistema de Inteligência Geográfica (IGEO, 2017) do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR), constataram redução de 7% da execução de projetos de novas construções no território nacional entre 2015 e 2017. No segmento de reformas foi verificado crescimento de 20%. Isso pode ser explicado tanto pela crise que atingiu o setor da construção nos últimos anos quanto pelo grande número de pessoas residindo nos grandes centros. Esta parte da população considera a reforma de antigos edifícios como alternativa para residir em imóveis de localização central adaptados às suas preferências estéticas (ATALA, 2018).

A reforma de uma edificação é definida na NBR 16280 (2014, p.05) como “alteração nas condições da edificação existente com ou sem mudança de função, visando recuperar, melhorar ou ampliar suas condições de habitabilidade, uso ou segurança, e que não seja manutenção”. A edificação, por sua vez, é definida como o “produto constituído de um conjunto de sistemas, elementos e componentes estabelecidos e integrados em conformidade com os princípios e técnicas da engenharia e da arquitetura” (NBR 16280, 2014, p.04).

Michaelis (2019), define reforma como mudança para melhor, nova organização; renovação. Modificação no interior de um estabelecimento ou habitação visando melhorias

estéticas ou reparos estruturais, incluindo pintura, substituição de piso, encanamento, eletricidade etc.

Em junho de 2015, o Instituto Datafolha, em conjunto com o Conselho de Arquitetura e Urbanismo (CAU), realizou um diagnóstico sobre a forma de construir dos brasileiros. Os resultados obtidos geraram preocupação: dos 54% dos entrevistados que já realizaram reformas ou construções, menos de 15% contrataram o serviço de um arquiteto ou engenheiro civil. A maioria dos entrevistados optou pela contratação de mestres de obra e pedreiros, decisão a qual refletiu em serviços sem respaldo técnico, especialmente nos critérios de planejamento, mão de obra e material.

Um ponto importante a ser ressaltado é que a necessidade de intervenção de reforma em determinadas edificações, muitas vezes está relacionada diretamente com a falta de manutenção durante os anos de utilização. Já que, com o passar do tempo, as edificações sofrem com o processo de degradação provocando a desvalorização do imóvel (CROITOR, 2008). O uso constante da edificação em conjunto com os agentes climáticos são os principais responsáveis pela degradação, contribuindo para o envelhecimento dos materiais, conseqüentemente alterando suas propriedades (APPLETON, 2003).

A manutenção é definida pela NBR 5674 (2012, p.02) - Manutenção de edificações: requisitos para o sistema de gestão de manutenção, como o “conjunto de atividades a serem realizadas para conservar ou recuperar a capacidade funcional da edificação e de suas partes constituintes de atender as necessidades e segurança dos seus usuários”. A referida norma também classifica a manutenção em três categorias, sendo elas:

- a) Manutenção rotineira: executada pela própria equipe pertencente ao local, serviço simples e frequente.
- b) Manutenção planejada: caracterizada pelo agendamento, seja por solicitação dos usuários, por estimativa da durabilidade dos componentes ou relatórios de inspeções periódicas.
- c) Manutenção não planejada: serviços não previstos, nos quais são necessárias intervenções imediatas para evitar graves riscos aos usuários.

Para Barrientos (2004, p.24), manutenção é o “conjunto de ações com o objetivo de reduzir a velocidade de deterioração dos materiais e partes das edificações”. Sendo subdividida entre preventiva (planejamento de periodicidade fixa) e corretiva (correções urgentes de forma a não prejudicar os usuários).

A reabilitação é uma área de atuação da engenharia muito estudada e praticada na Europa, e se assemelha à manutenção por se tratar de um segmento que lida com reparos e

devolve à edificação sua qualidade inicial. Appleton (2003) cita as características básicas das empresas especializadas nos serviços de reabilitação na Europa, sendo elas:

- a) Empresa de pequeno porte;
- b) Grande mobilidade;
- c) Mão-de-obra especializada em diferentes áreas;
- d) Equipamentos sofisticados e modernos;
- e) Corpo técnico com formação especializada.

Por meio do plano de negócios, será avaliada a possibilidade da abertura de empresa com tais características na região estudada.

2.2 Plano de negócios

Ao iniciar um negócio, é essencial a realização de cuidadoso planejamento, apoiado em conhecimento acerca dos produtos e/ou serviços a serem ofertados, de forma que a empresa seja competitiva e sobreviva mesmo em meio às crises. Em 2012 foram constituídas 2.107 empresas em Divinópolis, sendo que a taxa de sobrevivência em dois anos foi de 81,3%. Os principais fatores que contribuem para a sobrevivência de uma empresa são a situação antes da abertura, caracterizada pelo tipo de ocupação do empresário, sua experiência no ramo e motivação para a abertura; a gestão de negócio e a capacitação dos empreendedores em gestão; e o planejamento de negócios (SEBRAE, 2016).

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2013, p. 13), é um importante incentivador do empreendedorismo no Brasil. Esse define o Plano de Negócios como um “documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas”. Por meio das informações coletadas para sua construção, essa ferramenta permite a análise do potencial da empresa, tanto do ponto de vista comercial quanto financeiro, sendo o documento comumente exigido por instituições financeiras ou investidores para captação de recursos. O plano de negócios pode ser utilizado para abertura, reestruturação ou expansão de um negócio. Para alcançar os resultados esperados, é essencial que ele seja simples, completo, objetivo e realista (SILVA; MONTEIRO, 2013).

A estrutura para elaboração do plano de negócios é variável, mas tal documento normalmente contém:

- a) Sumário executivo: consiste em resumo do documento destinado a despertar o interesse do leitor (DORNELAS, 2001), devendo se concentrar na ideia, na viabilidade e no potencial do negócio (SEBRAE, 2013);
- b) Descrição do negócio, dos empreendedores e das soluções ofertadas: é apresentada a razão social, porte da empresa, localização e infraestrutura, estrutura jurídica, quem serão os parceiros estratégicos e principalmente quem será a equipe gerencial, mostrando que a empresa possui pessoas qualificadas para gestão do negócio. (DORNELAS, 2016);
- c) Análise do mercado/ambiente de atuação da empresa: consiste em explorar o histórico e ambiente em que a organização estará inserida, para assim ter maior compreensão dos riscos e oportunidades envolvidos (GOHR; SANTOS, 2010);
- d) Plano de marketing: engloba desde a concepção dos produtos e serviços até questões relacionadas à pós-venda (PEREIRA; GONÇALVES; GANDOLPHO, 2012). Agregar valor ao produto é de grande importância para que o mesmo se destaque no mercado e consiga obter êxito nas vendas e lucratividade. Atualmente as pessoas não compram mais produtos, e sim experiências (PINE II; GILMORE, 1999), portanto faz-se necessário gerar ao cliente uma experiência memorável;
- e) Plano operacional e de gestão: consiste no estudo da localização, capacidade de produção, estudo do processo e tecnologia, organização e recursos humanos (GOHR; SANTOS, 2010);
- f) Plano financeiro: com estimativas para ao menos dois anos de funcionamento. Visa analisar se o esforço e investimento serão compensados com os resultados obtidos (BUARQUE, 1984).

2.2.1 Modelo de Negócios

De acordo com Osterwalder e Pigneur (2011), um Modelo de Negócios descreve a lógica da criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização.

Com esse pensamento ele desenvolveu o *Business Model Canvas*, que permite uma compreensão mais fácil e aplicável da descrição e funcionamento do negócio. Ainda segundo Osterwalder e Pigneur (2011), o modelo de negócios é dividido em nove componentes básicos, que englobam todas as áreas principais de um negócio: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira. Os componentes são organizados em um quadro (Figura 1), em uma única página, para que seja possível uma visualização mais clara de todo o modelo.

Figura 1: *Business Model Canvas*

Fonte: Via Carreira (2019).

Com o *Business Model Canvas* estruturado é possível uma maior compreensão de todas as áreas da empresa, do produto ou serviço a ser produzido e tudo aquilo que a produção do mesmo irá envolver. É uma ferramenta que possibilita a realização da estruturação organizacional de uma empresa de forma prática, possibilitando ajustes e análises diversas durante a sua criação.

3 METODOLOGIA

Inicialmente as autoras pretendiam analisar a viabilidade de uma empresa especializada na identificação e reparo de patologias na cidade de Divinópolis. Foi então elaborado o modelo de negócios *Business Model Canvas*, modelo que permite uma compreensão mais fácil e aplicável da descrição e funcionamento do negócio (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2011). Ao compreender melhor as áreas, os produtos e serviços a serem ofertados, observaram que seria mais factível a implementação de uma empresa voltada para a área de reformas em geral e não apenas no tratamento das patologias das edificações. A ideia de negócio inicial realizaria serviços específicos, já um empreendimento voltado à reforma é mais abrangente, podendo até mesmo realizar atividade que tratem patologias.

Para compreender melhor o funcionamento do mercado de engenharia civil em Divinópolis-MG e microrregião, fez-se uso da pesquisa exploratória (GIL, 2002). Assim, é possível se familiarizar com o problema e torná-lo mais evidente para a construção de hipóteses.

Para o estudo de campo, baseou-se em dois tipos de dados: primários e secundários. No primeiro caso, utilizou-se de um questionário online auto administrado (APÊNDICE A), elaborado por meio do *Google Forms* e divulgado por meio da técnica “bola de neve”. De acordo com Vinuto (2014, p. 203):

O tipo de amostragem nomeado como bola de neve é uma forma de amostra não probabilística, que utiliza cadeias de referência. Ou seja, a partir desse tipo específico de amostragem não é possível determinar a probabilidade de seleção de cada participante na pesquisa, mas torna-se útil para estudar determinados grupos difíceis de serem acessados.

A opção pela utilização de questionário semiestruturado é feita quando se pretende identificar, além da frequência de um fato, como e porque este ocorre. As questões presentes no questionário aplicado englobaram por exemplo, a intenção de reforma dos entrevistados, o capital a ser investido e a fonte do mesmo e também, o grau de relevância de critérios para o projeto e execução da reforma.

Na entrevista semiestruturada o pesquisador já tem conhecimento do tema e estabelece questões preliminares, que podem ser adaptadas conforme a necessidade da entrevista (TRIVIÑOS, 1987). Assim, o roteiro semiestruturado assegura o questionamento de aspectos considerados fundamentais, mas também permite colocações adicionais sobre o tema tanto para o entrevistador como para o entrevistado.

Para a análise dos dados e elaboração das diversas seções do plano de negócios, como direcionamento de estratégias de marketing, fez-se primordial a definição das características gerais do público alvo a ser analisado, como faixa etária e renda familiar. Dos resultados obtidos nos questionários aplicados, buscou-se identificar o nível de interesse dos possíveis clientes na área de reforma ou manutenção de imóveis residenciais nos próximos cinco anos, além das motivações para tal. Tomando como possíveis clientes a persona predefinida como foco da pesquisa, com escalas de características demográficas baseadas nas utilizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Para tratamento e análise destes dados, utilizaram-se análises estatísticas descritivas.

Já o estudo secundário, revisa o estudo primário relacionado a uma questão de pesquisa específica. Os dados secundários foram obtidos através do Conselho Regional de Engenharia (CREA), levantando-se o número de profissionais de engenharia civil inscritos e ativos na microrregião. Foram realizadas entrevistas com duas empresas que atuam no ramo de reformas na microrregião de Divinópolis com o intuito de conhecer os concorrentes, foram levantados dados como parceiros, meios de divulgação, organização interna e ano de fundação. Realizou-se também, uma busca pela internet para conhecer como interagem com o público.

Após coleta dos dados, para melhor visualização dos resultados, os mesmos foram estruturados em forma de gráficos e quadro. Permitindo compreender as intenções e preferências dos possíveis clientes e assim avaliar a viabilidade da instalação de um escritório de engenharia civil voltado a reformas e manutenção de edificações na microrregião.

Para elaborar o plano de negócios da empresa focada na cidade de Divinópolis-MG e microrregião, as autoras optaram por mesclar e adaptar as estruturas do plano de negócios propostas pela Incubadora de Empresas de Base Tecnológica (INBATEC, 2017) da Universidade Federal de Lavras (UFLA) e pelo SEBRAE (2013), por serem ambos modelos didáticos, de grande aplicabilidade e provenientes de instituições consolidadas e reconhecidas pela promoção do empreendedorismo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A presente seção descreverá o Plano de Negócios para a abertura, em Divinópolis-MG e microrregião, de uma empresa especializada em reformas e manutenção. Serão abrangidas as atividades realizadas pelo empreendimento, demanda e situação do mercado atual, além da descrição da estrutura administrativa, estratégia de marketing e análise financeira.

4.1 Sumário executivo

Com o propósito de atender à necessidade de indivíduos que querem realizar reformas para reparos ou melhorias em suas edificações com conforto e segurança surge a Reformas Torres Assunção (RTA), uma empresa especializada em reformas e manutenções situada em Divinópolis – MG e atuante em toda a microrregião, que engloba também as cidades de Itaúna, Nova Serrana, Santo Antônio do Monte, Cláudio, Carmo do Cajuru, São Gonçalo do Pará, Igaratinga, Perdigoão, São Sebastião do Oeste e Conceição do Pará.

A RTA se organizará na forma jurídica de Sociedade Simples, e contará inicialmente com a atuação das duas sócias, como engenheiras civis, como gestoras e também na realização de tarefas como atendimento ao cliente e agendamento de reuniões. Cada uma fará um investimento inicial de R\$9.400,00, sendo este capital composto exclusivamente por recursos próprios. O diferencial do empreendimento será na área de atendimento, uma vez que o mesmo será de alta qualidade e se adequará aos melhores horários do cliente, prezando sempre pela comodidade e satisfação do mesmo.

A empresa tem a missão de melhorar a vida dos clientes, proporcionando as modificações e melhorias que desejam nas suas edificações sem “dores de cabeça”. Tem o intuito de fidelizar os clientes, criando laços duradouros. Como visão, espera-se ganhar mercado na microrregião de Divinópolis e ser reconhecida pelos serviços de qualidade prestados, até o final de 2021.

Serão realizados investimentos na área de marketing e propaganda e se presará pela qualidade do serviço prestado, de forma a conquistar clientes e se consolidar na microrregião. Além disso, se presará por uma boa imagem nas redes sociais e estabelecimento de parcerias com empresas de construção civil, como fornecedores de materiais de construção.

Em termos de lucratividade e rentabilidade do empreendimento, estima-se um resultado favorável, o que pode ser observado na Tabela 1, a seguir. Pode-se constatar que em 17 meses o investimento será recuperado na forma de lucro, quanto a rentabilidade, considerando os

resultados esperados para primeiro ano, a cada mês recupera-se 6,0% do valor investido inicialmente e tem-se uma lucratividade de 16,18% ao ano.

Tabela 1: Indicadores de Viabilidade do Negócio.

Indicadores de Viabilidade	Valor
Lucratividade	16,18%
Rentabilidade	6,00%
Prazo de Retorno do Investimento	Aproximadamente 17 meses
Ponto de Equilíbrio	R\$68.650,77

Fonte: Das Autoras (2019).

4.2 Descrição do Negócio

A empresa consistirá em um escritório especializado em reformas de edifícios de pequeno e médio porte. Realizar a transformação do ambiente, reparando possíveis patologias e adaptando-o as suas necessidades para obter um ambiente esteticamente agradável, prático e usual. O serviço irá consistir desde a elaboração do projeto executivo da reforma, passando pelo orçamento, até a contratação da equipe de obras e acompanhamento da mesma.

O escritório visa atender clientes insatisfeitos com a estrutura ou layout de sua propriedade. Pessoas que tenham o desejo de obter melhorias, a fim de tornar o ambiente mais agradável, confortável e prático, e ainda valorizar economicamente o imóvel.

O escritório irá se situar em Divinópolis MG, atendendo não só a cidade, mas também a região. Terá como sede uma sala de 45 m², na Rua São Paulo, 355, Centro, Divinópolis. A localização foi escolhida devido à facilidade de acesso e visibilidade.

Dados da empresa

Razão Social: Reformas Torres Assunção;

Nome Fantasia: RTA;

CNPJ: após registro da empresa;

Endereço: Rua São Paulo, 355, Centro, Divinópolis;

E-mail: reformastorresassuncao@gmail.com;

Site: em reforma.

4.2.1 Breve histórico

Durante a graduação, as autoras fundaram a empresa júnior de Engenharia Civil da Universidade Federal de Lavras. Sempre com uma visão empreendedora, tiveram vivência do ambiente empresarial, ocupando cargos como diretoria de administrativo financeiro, diretoria de marketing e diretoria de gestão de pessoas. Essa experiência agregou bastante no aprendizado e desenvolvimento pessoal das mesmas, e fez com que o interesse em gestão de negócios e empreendedorismo se acentuasse ainda mais.

Em setembro de 2018, as autoras e sócias da empresa realizaram intercâmbio acadêmico para Portugal. Lá, tiveram a oportunidade de cursar a disciplina de Manutenção e Reabilitação de Edifícios, que gerou um grande interesse pela área e fez com que identificassem esta como um possível mercado em ascensão no Brasil.

Com estas motivações, decidiram estudar a viabilidade da implantação de um escritório especializado em reformas e manutenção na microrregião da sua cidade natal, Divinópolis, de forma que, após a graduação, possam vir a fundar a empresa e obter sucesso na área profissional, como engenheiras e empreendedoras.

4.2.2 Oportunidade vislumbrada

Vislumbra-se suprir a demanda por reforma na cidade de Divinópolis e microrregião com um trabalho de qualidade. Um serviço que seja especializado e não tenha apenas a excelência nos projetos executivos da área de engenharia, mas também um atendimento exclusivo, que gere conforto para o cliente. Como moradoras da cidade de Divinópolis, as empreendedoras sentiam certa carência do mercado por uma empresa com esta especialidade, tanto por não encontrar com facilidade empresas do ramo, quanto por indagações de moradores da região.

4.2.3 Business Model Canvas

Com o intuito de melhor compreender a descrição e funcionamento do negócio foi desenvolvido o modelo *Business Model Canvas*, Quadro 1, preenchido de acordo com o negócio estudado.

O lado direito do Quadro, descreve a geração de valor, enquanto o lado esquerdo descreve a eficiência da entrega da Proposta de Valor (SEBRAE, 2013). Os nove componentes

são segmento de clientes, proposta de valor, canais, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos chave, atividades chave, parcerias chave e estrutura de custo.

Quadro 1: *Business Model Canvas* RTA

<p>Parcerias Chave</p> <p>Relação comprador-fornecedor visando aquisição de recursos e atividades particulares com foco na equipe de obras e empresas de materiais de construção.</p>	<p>Atividades Chave</p> <p>Gestão da equipe de obras; Acompanhamento de obras; Execução de projetos; Resolução de possíveis problemas que surjam durante a execução das obras.</p>	<p>Proposta de Valor</p> <p>Mudanças na edificação, atendendo as necessidades do cliente, unindo praticidade no dia a dia, conforto e estética. Reformas sem sujeira e “dor de cabeça” para o contratante.</p>	<p>Relacionamento</p> <p>Alto nível de atendimento baseado na assistência pessoal.</p>	<p>Segmento de Clientes</p> <p>Moradores da microrregião de Divinópolis; De 35 a 69 anos; Classe de rendimento nominal mensal de 3 ou mais salários mínimos; Economicamente ativos; Com residência domiciliar urbana.</p>
<p>Estrutura de Custos</p> <p>Aluguel de sala para o escritório; Softwares para execução dos projetos; Materiais de escritório e impressões; Salários dos engenheiros ou demais envolvidos.</p>	<p>Recursos Chave</p> <p>Intelectuais e humanos: Engenheiros para executar os projetos; Físicos: Equipamentos (computador, trena a laser e outros).</p>		<p>Canais</p> <p>Redes sociais (Instagram); Rádio. Website para demonstração de portfólio. (Sendo todos canais próprios)</p>	
		<p>Fontes de Receita</p> <p>Venda de Serviço; Contrato com precificação dinâmica (baseado na dificuldade e duração do serviço);</p>		

Fonte: Das Autoras (2019).

4.3 Análise de Mercado

O município de Divinópolis – MG está compreendido na região Centro-Oeste de Minas, uma das regiões de planejamento estabelecidas pelo governo estadual. A região conta com 56 municípios, e com uma população total de 1.865.579 habitantes (IBGE, 2012). Já a microrregião onde está compreendida Divinópolis conta com 11 municípios (MINAS GERAIS, 2010), os quais serão o mercado-alvo da empresa em questão. Divinópolis é a cidade com maior população entre as 11 cidades, que são Itaúna, Nova Serrana, Santo Antônio do Monte, Cláudio, Carmo do Cajuru, São Gonçalo do Pará, Igaratinga, Perdigoão, São Sebastião do Oeste e Conceição do Pará.

A cidade de Divinópolis conta com uma população de 213.016 habitantes, segundo o censo 2010 do IBGE. Juntas, as onze cidades da microrregião analisada totalizam 483.473 habitantes, então a população de Divinópolis representa 44% da mesma, número significativo.

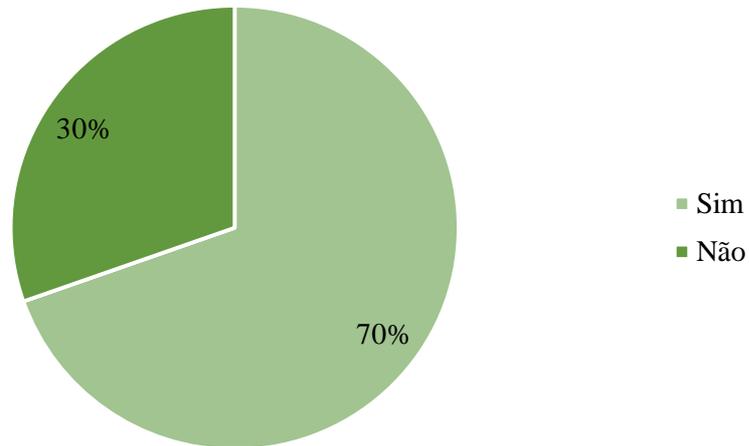
4.3.1 Clientes

Analisando a proposta da empresa, foi definido que o público alvo são pessoas de 35 a 69 anos, que possuam seu próprio imóvel na cidade de Divinópolis ou microrregião, economicamente ativas e com renda familiar igual ou acima de três salários mínimos. A classificação que envolve a faixa etária foi determinada considerando que pessoas dentro desta faixa estão mais propensas a terem adquirido seu próprio imóvel, e comumente donos de imóveis possuem maior interesse de reformar que indivíduos que vivem de aluguel. Os custos de uma reforma quando voluntária, ou seja, que busca tornar o imóvel mais agradável, sem implicações na segurança da edificação, são de responsabilidade do locatário. Logo, a maior parte dos inquilinos não se dispõe a realizar tal investimento.

O formulário teve um alcance total de 204 pessoas, das quais 94,1% são moradores de Divinópolis e região. Destas, 79 correspondem ao público alvo desejado, sendo que 55 possuem interesse em reformar dentro de um prazo de 5 anos, conforme pode ser observado no Gráfico 1. Foi observado que apesar de não corresponder ao público alvo, houve um número significativo de pessoas com idade menor que 35 anos com interesse em reforma, porém não foram levadas em consideração para os resultados. Quanto ao valor a ser investido na reforma, foram obtidos valores bem discrepantes, variando entre R\$2.000,00 (dois mil reais) à

R\$700.000,00 (setecentos mil reais), portanto foram eliminados os valores mais extremos e feita uma média, obtendo-se um valor de R\$20.000,00 (vinte mil reais).

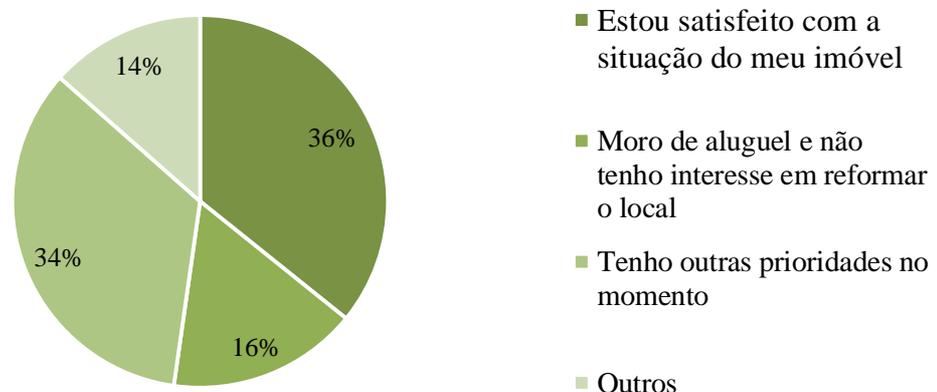
Gráfico 1: Interesse dos entrevistados em reformar nos próximos 5 anos.



Fonte: Das Autoras (2019).

O principal motivo dos indivíduos que não têm interesse em reformar é por estarem satisfeitos com a atual situação dos seus imóveis, seguidos pelas pessoas que possuem outras prioridades no momento, como pode ser observado no Gráfico 2. Alguns motivos que entraram em outros são: por ser um investimento elevado e por pretenderem trocar de imóvel.

Gráfico 2: Motivos que levam os entrevistados a não ter interesse por reformar.

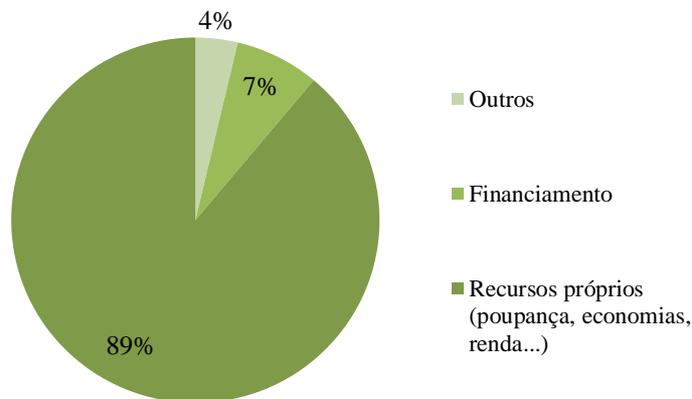


Fonte: Das Autoras (2019).

Utilizando os dados relativos ao público alvo, foi possível estabelecer algumas características importantes dos mesmos e assim entender melhor como investem, como e o que procuram quando contratam uma empresa para realizar o serviço de reforma.

A principal fonte de recursos, como pode ser observado no Gráfico 3, é por recursos próprios. Com isso, pode-se supor que normalmente quando contratam serviços de reforma é algo planejado, já possuindo o valor para o investimento.

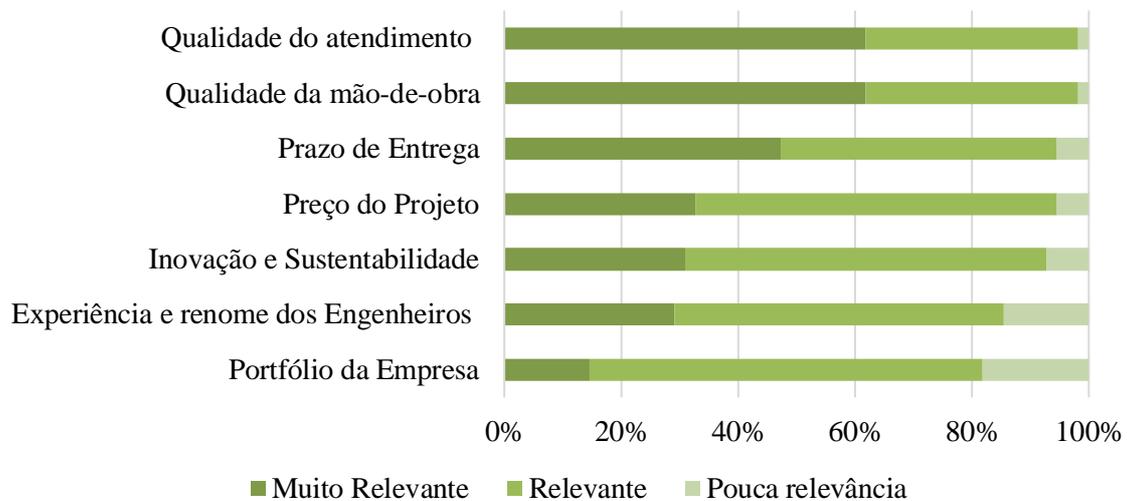
Gráfico 3: Fonte de recursos dos interessados em investir em reforma.



Fonte: Das Autoras (2019).

Questionaram-se os entrevistados, também, quanto à relevância dos seguintes aspectos: qualidade do atendimento, qualidade da mão-de-obra, prazo de entrega, preço do projeto, inovação e sustentabilidade, experiência e renome dos engenheiros e também sobre o portfólio da empresa. Foi possível observar que na concepção dos entrevistados, a qualidade do atendimento e mão de obra são os fatores mais relevantes para a contratação de uma empresa de reforma. Por outro lado, o portfólio e a experiência dos engenheiros são questões não consideradas prioritárias. Tais resultados favorecem a empresa, uma vez que a mesma é nova no mercado.

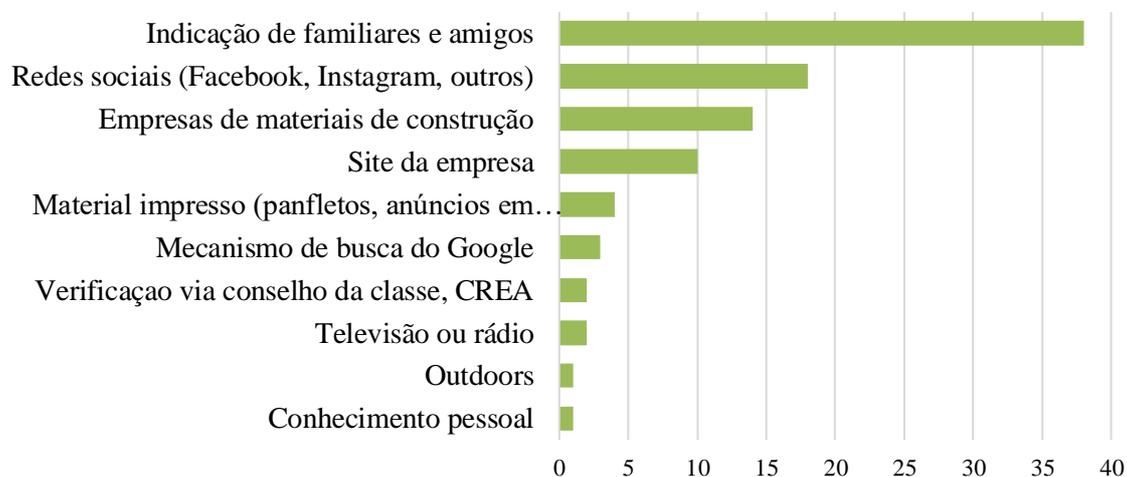
Gráfico 4: Grau de relevância de alguns critérios para o projeto e execução da reforma.



Fonte: Das Autoras (2019).

A principal ferramenta utilizada pelos entrevistados para buscar uma empresa de reforma é por meio de indicação de familiares e amigos, seguida pelas redes sociais e empresas de materiais de construção. Poucas pessoas buscam por meio de televisão, rádio ou *outdoors*. Por isso é essencial ter uma boa imagem nas redes sociais e estabelecer parcerias com empresas de construção civil. É importante ressaltar que o marketing on-line e também a criação de parcerias são dois investimentos de baixo custo, o que os torna viáveis para um investimento inicial. O gráfico a seguir mostra os dados obtidos.

Gráfico 5: Canais onde os entrevistados buscariam informações a respeito de escritórios de engenharia.



Fonte: Das Autoras (2019).

4.3.2 Estudo dos concorrentes

O número de profissionais engenheiros civis ativos inscritos no Conselho Regional de Engenharia e Agronomia na microrregião de Divinópolis é de 2.569 pessoas. É importante ressaltar que estes profissionais podem exercer diversos tipos de serviços, em áreas variadas, e também existe a possibilidade de estarem inscritos na cidade, mas exercerem suas atividades em outras localidades.

De forma a conhecer quem são os concorrentes e entender melhor o mercado na qual a empresa estará inserida, realizou-se pesquisa de opinião com proprietário de uma empresa de empreendimentos imobiliários. Foram identificadas duas empresas estruturadas que atuam no setor de reformas, identificadas como Empresa A e Empresa B (para manutenção de sigilo) e realizada entrevista com representantes de ambas.

Analisando os dados obtidos em entrevista (Quadro 1) e também pesquisa realizada sobre as empresas na internet, tem-se que a Empresa A possui em suas páginas, fotos de projetos realizados e excelentes propagandas. Já a Empresa B possui em suas páginas propagandas referentes aos serviços prestados, mas não conta com fotos dos projetos já executados, possui website de fácil navegação com diversas informações sobre as áreas de atuação e sobre a empresa. Ambas têm grande presença na internet, portanto se faz necessário que a RTA invista em seu marketing online, criando website com informações e serviços oferecidos, além de páginas em redes sociais com conteúdo interessante, como um canal de divulgação e de rápida comunicação com os clientes. Entende-se que este não é um diferencial sobre as demais empresas da região.

A Empresa B atua no mercado desde 1985, estabelecendo-se e ganhando credibilidade da população, enquanto a Empresa A atua desde 2017. Ambas exercem outras atividades, com isso entende-se que a especialidade em reformas é um diferencial da Reformas Torres Assunção, assim como a flexibilidade de horários para reuniões e visitas fora do horário de atendimento, gerando maior comodidade para o cliente.

Com todas essas informações entende-se que existe espaço no mercado para a abertura da empresa, e que a mesma terá de investir em marketing e propaganda e prezar pela qualidade do serviço, de forma a conquistar clientes e se consolidar na região.

Quadro 2: Estudo dos concorrentes.

Empresa	Reformas Torres Assunção	Empresa A	Empresa B
Equipe	2 Engenheiras	2 engenheiros, 1 estagiário, 1 secretária, 2 encarregados, 4 pedreiros, 6 ajudantes de pedreiro.	Equipe de obras fixa com 7 pessoas, 2 Engenheiros, 1 Gerente Financeiro, 2 setor comercial
Presença na Internet	Instagram, Facebook e Website	Instagram, Facebook e LinkedIn	Instagram, Facebook e Website
Localização	Rua São Paulo, 355, Centro, Divinópolis	Rua Minas Gerais 220, térreo, Centro, Divinópolis	Av. Getúlio Vargas, 1075 - Centro, Divinópolis
Horário de Funcionamento	08:00 - 18:00 (sendo possível marcar reuniões e visitas fora deste horário)	07:00 - 18:00	07:30 - 18:00
Atividades Primárias	Reformas	Incorporações, construções e reformas	Construções
Atividades Secundárias	Laudo técnico/Perícia e Limpeza final	Projetos estruturais	Reformas
Ano de Fundação	2020	2017	1985
Parceiros	Casas de material de construção	Escritórios de arquitetura	Casas de material de construção

Fonte: Das Autoras (2019).

4.3.3 Fornecedores

Os principais fornecedores para o negócio serão empresas de materiais de construção. Após a inserção da empresa no mercado e entrega dos primeiros projetos, serão elaboradas propostas de parcerias para as principais casas de materiais de construção da região, de modo a favorecer ambas as empresas e também o cliente. As principais casas de material de construção da região estão relacionadas na Tabela 2, todas elas possuem potencial para se tornarem parceiras da empresa.

Tabela 2: Principais fornecedores.

Fornecedor	Localização
Cimcal	R. Goiás, 1899 - Vila Santo Antônio, Divinópolis
Depósito Ideal	R. Goiás, 1044 - Centro, Divinópolis
Depósito Jota Erre	R. Carbonita, 841 - Catalão, Divinópolis
ABC da Construção	Av. 21 de Abril, 290 - Centro, Divinópolis

Fonte: Das Autoras (2019).

4.4 Plano de Marketing

Por meio do plano de marketing é possível identificar as ações necessárias para fazer com que a empresa seja competitiva no mercado, quais as estratégias necessárias para conquistar os clientes e assim aumentar a demanda.

4.4.1 Produtos e serviços

Faz-se necessário gerar ao cliente uma experiência memorável. A empresa tem o objetivo de proporcionar um atendimento personalizado para os seus clientes, atendendo-os nos horários mais confortáveis e com alta comodidade e segurança. Além de projetos e serviços executados com qualidade, a ideia central é que os clientes possam ter os ambientes de seus sonhos em suas edificações sem preocupações e com entregas dentro dos prazos determinados.

O principal serviço será o projeto executivo de reforma de edificação, executado com base no Código de Obras da cidade (Lei nº 1071, de 21 de novembro de 1973). Outros serviços são a contratação da mão de obra, acompanhamento da obra, laudos técnicos, e também a limpeza do local, todos descritos abaixo.

- Projeto de reforma: projeto com as especificações técnicas necessárias para a execução da obra, podendo englobar, quando necessário, projeto hidrossanitário, elétrico, paginação de revestimentos, especificações de materiais e cortes em quantidade compatível com a obra.
- Contratação da mão de obra: de forma terceirizada será contratada a mão de obra necessária a execução do serviço de reforma.
- Laudo técnico/perícia: documento que constata, através de documentos, visitas ao local, e relata o estado de uma obra, atestando seu bom ou mal funcionamento.
- Acompanhamento da obra: consiste no monitoramento da obra através de visitas à mesma, garantindo que todos os serviços sejam executados conforme especificados em projeto.

Auxilia a evitar serviços mal executados, retrabalhos e gastos imprevistos. Abrange desde visitas ao local até o acompanhamento para a escolha dos materiais.

- Limpeza final: consiste na limpeza final de pisos, paredes, aparelhos sanitários, vidros e demais partes integrantes da edificação, para conclusão e entrega da obra.

4.4.2 Preço

No âmbito da engenharia civil, o preço varia de acordo com a metragem quadrada do projeto a ser contratado, no caso da empresa em questão, o preço também sofre variações baseado na dificuldade e duração do serviço, sendo assim uma precificação dinâmica.

Foram utilizados de valores médios para a estrutura de custo e fonte de receita para a elaboração do plano financeiro tomando como referência os valores do IMEC – Instituto Mineiro de Engenharia Civil, foi adotado um valor de R\$20,00/m².

A forma de pagamento também será ajustada conforme o projeto tomando como base uma entrada de 40% do valor e as outras parcelas conforme a entrega das etapas.

4.4.3 Identidade visual

Com o intuito de fazer com que os clientes se recordem da empresa mesmo sem ter contato direto com a mesma, foi desenvolvida a completa identidade visual da marca, criando elementos como logomarca (Figura 2), cartão de visitas e pasta para a entrega de projetos, conforme Figuras 3, 4 e 5. Todas as cores e elementos foram criados pensando em gerar confiança e simpatia dos clientes, além de fazer com que os mesmos se lembrassem da marca.

Figura 2: Logomarca da empresa.



Fonte: Das Autoras (2019).

Figura 3: Frente cartão de visitas.



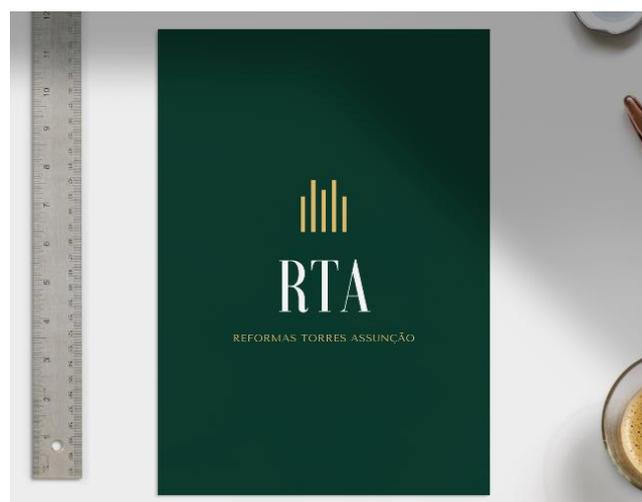
Fonte: Das Autoras (2019).

Figura 4: Verso cartão de visitas.



Fonte: Das Autoras (2019).

Figura 5: Pasta para entrega de projetos.

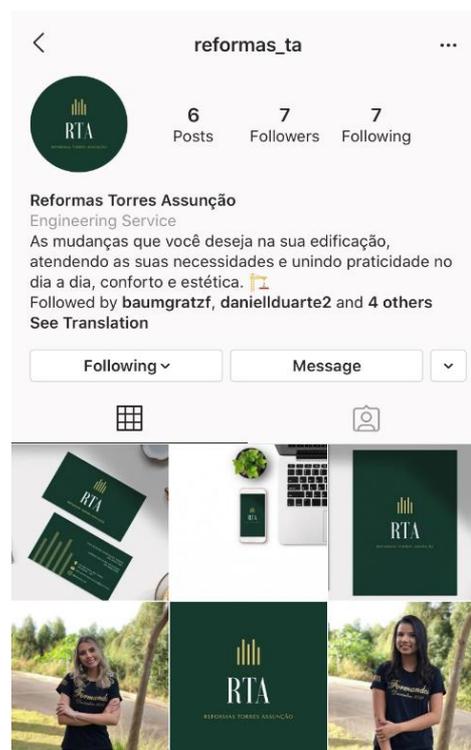


Fonte: Das Autoras (2019).

4.4.4 Estratégias promocionais

Visando a divulgação da empresa serão adotadas estratégias promocionais, para que haja reconhecimento da marca e que a mesma seja lembrada pela população ao se tratar de reformas e manutenção. Algumas das estratégias são propaganda no rádio, participação em feiras e eventos, ações em parceria com loja de materiais de construção, distribuição de folhetos e cartões de visita. Outras estratégias seriam direcionadas ao marketing digital, por meio de páginas nas redes sociais Facebook e Instagram, como visto na Figura 6, onde além de divulgar os projetos realizados, serão postados conteúdos relacionados a reformas e manutenção que gerem interesse na população em geral, assim como a realização de sorteios que gerem interação do público.

Figura 6: Página da empresa na rede social Instagram.



Fonte: Das Autoras (2019).

Já se tratando da fidelização dos clientes, é proposta a entrega do projeto em material personalizado, além de brindes como agendas, bloco de notas, e pen drive, todos personalizados com a marca da empresa, sempre em busca de que ele lembre da mesma. Serão oferecidos também descontos caso realizem uma segunda reforma, variando de acordo com o tamanho do projeto.

4.5 Plano Operacional

O plano operacional está diretamente ligado à administração da organização, a parte logística da empresa, controle de qualidade entre outras atividades essenciais para o alcance dos objetivos esperados.

4.5.1 Estrutura Organizacional

A empresa contará inicialmente com um corpo executivo de duas funcionárias, também sócias da empresa. Ambas Engenheiras Civis, Ana Bárbara Rodrigues Torres e Marina Oliveira Assunção vão desempenhar diversas tarefas, como o agendamento de reuniões, atendimento ao cliente, controle de e-mail, elaboração de projetos, entre outros.

As tarefas serão divididas entre as sócias, sendo que Ana Bárbara ficará responsável pela área financeira, como atividades bancárias, pagamentos, entre outros, enquanto Marina trabalhará com o marketing e com futuras atividades que podem vir a surgir na área de recursos humanos, e ambas pela negociação, execução e acompanhamento de projetos.

De acordo com o crescimento da empresa, e à medida que a mesma alcançar maior estabilidade no mercado, será analisada a contratação de mais um funcionário para auxiliar em tarefas como atendimento ao cliente e agendamento de reuniões.

As áreas contábil e jurídica, que requerem um maior conhecimento técnico serão terceirizadas para uma melhor qualidade na execução das tarefas envolvidas.

Ana Bárbara Rodrigues Torres

Graduada em Engenharia Civil, pela Universidade Federal de Lavras (UFLA), com formação técnica em Eletromecânica pelo Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET). Possui experiência na área de projetos de construção civil nas empresas TW Engenharia e Construção Júnior (empresa júnior de Engenharia Civil da UFLA), experiência no setor administrativo financeiro como Diretora de Administrativo Financeiro da Construção Júnior.

Marina Oliveira Assunção

Graduada em Engenharia Civil, pela Universidade Federal de Lavras (UFLA). Possui experiência na área de projetos de construção civil na empresa Construção Júnior (empresa júnior de Engenharia Civil da UFLA), experiência no setor de marketing e recursos humanos como Diretora de Marketing e Diretora de Gestão de Pessoas da Construção Júnior.

4.5.2 Capacidade Produtiva

A sala da empresa contará com ambiente para recepção, sala para reuniões e execução de projetos, banheiro e copa. A mesma se localiza no centro da cidade de Divinópolis, como pode ser observado na Figura 7. Funcionará de segunda à sexta-feira de 08:00h as 18:00h. Buscando sempre atender os clientes com um atendimento de qualidade, será possível marcar reuniões e visitas fora do horário de funcionamento, caso seja mais conveniente para o cliente.

Figura 7: Localização da empresa.



Fonte: Google Maps (2019).

A elaboração de um projeto executivo de reforma de uma edificação de porte médio tem duração de aproximadamente 30 horas e, além disso, são ofertados outros serviços complementares como o acompanhamento da obra. Segundo a experiência das sócias e também informações de outros profissionais que atuam na área, é possível a realização de projetos simultâneos desde que não ultrapassem a capacidade da empresa de 5 projetos por mês.

4.5.3 Processos

As atividades da empresa serão divididas em turnos, sendo o matutino reservado para visitas nos locais de obra, acompanhamento dos clientes na escolha de materiais e entrega de projetos na prefeitura. Já a parte da tarde será destinada para trabalhos em escritório como a elaboração dos projetos executivos, memoriais descritivos e orçamentos.

Os projetos executivos serão realizados através do *AutoCAD* e do *SketchUP*, com os quais é possível elaborar projetos executivos de alta qualidade e renderizações que se assemelham bastante ao resultado final do projeto, que cativam o cliente fazendo com que ele se imagine dentro de seu novo ambiente e com isso agregam muito valor ao produto.

O fluxo de atendimento ao cliente será realizado da seguinte maneira:

- a) Agendamento: é realizado o primeiro contato com o cliente marcando um horário e local para uma reunião, seja no escritório ou no local de preferência
- b) Reunião: durante a reunião o cliente conhece melhor a empresa e o responsável pelo seu projeto, descreve suas expectativas e desejos.
- c) Proposta: sabendo as necessidades do cliente, é montada uma proposta com as condições de pagamento, prazo de entrega e valor que é apresentada para o mesmo, podendo ser através de ligação, e-mail, e preferencialmente pessoalmente.
- d) Fechamento: tendo aprovada a proposta, é realizado um contrato que contém todas as informações sobre o projeto, direitos e obrigações tanto do contratante, tanto do contratado, o cliente assina e dá uma entrada da parcela como forma de sinal para o início do projeto.
- e) Aprovação: é realizado um projeto inicial levando em consideração as propostas que o cliente levantou durante a primeira reunião, durante essa etapa, o cliente tem a possibilidade de estar alterando o projeto. Assim que aprovado é realizado a Projeto Executivo.
- f) Entrega do projeto: finalizando as etapas de projeto, é entregue para o cliente de maneira física para a aprovação junto à prefeitura, e de maneira digital para ficar arquivado para o cliente.
- g) Execução: após aprovado na prefeitura, será executada a obra por meio de terceiros.
- h) Acompanhamento: durante toda a execução do projeto, haverá o acompanhamento dos processos e gerenciamento dos terceiros para que saia tudo como planejado.
- i) Entrega da obra: após finalizada a obra, é terceirizado o serviço de limpeza que deixará o imóvel pronto para ser utilizado pelo cliente.

O objetivo central é entregar um serviço de qualidade e dentro do tempo estimado para o cliente.

Para a demonstração dos processos operacionais, fez-se o uso de um fluxograma conforme a Figura 8.

Figura 8: Fluxograma operacional.



Fonte: Das Autoras (2019).

4.6 Plano Financeiro

O plano financeiro é realizado para verificar a viabilidade do empreendimento, é feito o levantamento dos custos iniciais para a abertura do negócio e com isso é possível apurar e avaliar alguns índices econômicos como a lucratividade, rentabilidade e o prazo de retorno do investimento.

O investimento total é formado pelos investimentos fixos, capital de giro e pelos investimentos pré-operacionais.

4.6.1 Investimentos fixos

Entende-se como investimento fixo aquele necessário para adquirir todos os bens para que a empresa possa funcionar de maneira apropriada, incluindo máquinas e equipamentos, móveis e utensílios. A seguir, a Tabela 3, descreve os gastos com investimentos fixos da

empresa. Considerou-se que inicialmente não se teriam investimentos com equipamentos como computadores, uma vez que serão utilizados equipamentos que as sócias já possuem.

Tabela 3: Estimativa de Investimentos Fixos

Máquinas e Equipamentos					
Descrição	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Total		
1 AutoCAD	1	R\$ 6.461,72	R\$	6.461,72	
2 SketchUp	1	R\$ 1.233,52	R\$	1.233,52	
3 Telefone	1	R\$ 170,00	R\$	170,00	
Sub-Total			R\$	7.865,24	
Móveis e Utensílios					
Descrição	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Total		
1 Mesa para trabalhos com projetos	1	R\$ 480,00	R\$	480,00	
2 Mesa de escritório	2	R\$ 220,00	R\$	440,00	
3 Bebedouro	1	R\$ 360,00	R\$	360,00	
4 Armário de escritório	2	R\$ 250,00	R\$	500,00	
5 Lixeira	2	R\$ 20,00	R\$	40,00	
6 Porta canetas	2	R\$ 25,00	R\$	50,00	
Sub-Total			R\$	1.870,00	
Total de Investimentos Fixos			R\$	9.735,24	

Fonte: Das Autoras (2019).

O total de investimento fixo da empresa é de R\$ 9.735,24.

4.6.2 Capital de Giro

O capital de giro é o montante utilizado para o funcionamento normal da empresa, corresponde aos recursos para o pagamento de todas as despesas, leva em consideração um caixa mínimo que representa a reserva de dinheiro necessária para que a empresa financie suas operações iniciais.

O capital de giro foi calculado através do custo fixo mensal (Tabela 4) e também pelo custo variável mensal, assim obteve-se o custo total da empresa e o custo diário mínimo para manter a mesma, conforme pode ser observado na Tabela 13.

Tabela 4: Custos Fixos Operacionais Mensais

Descrição	Custo Total Mensal (R\$)				
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Aluguel	1200,00	1320,00	1452,00	1597,20	1756,92
Condomínio	200,00	220,00	242,00	266,20	292,82
IPTU	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00
Água	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Energia Elétrica	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Telefone/ Internet	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
Honorários do contador	200,00	220,00	250,00	270,00	300,00
Pró- labore	3000,00	6000,00	8000,00	10000,00	20000,00
Material de Limpeza	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Taxas diversas	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Serviços de terceiros	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Depreciação	21,42	21,42	21,42	21,42	21,42
Outras despesas	40,00	1500,00	3000,00	5000,00	5200,00
Total	5164,42	9784,42	13468,42	17657,82	28074,16

Fonte: Das Autoras (2019).

Fez-se uma estimativa do faturamento mensal da empresa levando em consideração uma residência média de 100 m², não considerando assim, a mesma em sua totalidade. Foi estimado também para a realização da projeção um valor médio de R\$20,00/m², sendo que este varia dependendo do projeto, se há necessidade de projeto hidro sanitário, elétrico, entre outros. O valor a ser cobrado pelo mesmo, foi baseado na tabela fornecida pelo Instituto Mineiro de Engenharia Civil (IMEC). Os valores são demonstrados na Tabela 5.

Tabela 5: Projeção de Vendas - Edifício de 100m²

Serviço	Preço da venda (R\$)	Quantidade mês (ano 1)	Faturamento mensal (R\$)	Faturamento Ano 1 (R\$)
1 Projeto Executivo	2.000,00	2	4.000,00	48.000,00
2 Acompanhamento da Obra	1.030,00	1	1.030,00	12.360,00
3 Laudo técnico/perícia	440,00	1	440,00	5.280,00
4 Limpeza final	1.500,00	1	1.500,00	18.000,00
Total	4.970,00	5	6.970,00	83.640,00

Fonte: Das Autoras (2019).

A projeção de vendas, também foi realizada levando em consideração os próximos 5 anos. Estimou-se um ganho de mercado e aumento do número de projetos realizados, uma vez que se espera que a empresa seja reconhecida com o passar dos anos. Estes valores podem ser observados nas Tabelas 6 e 7 a seguir.

Tabela 6: Projeção de Vendas - Edifício de 100m²

Serviço	Quantidade mês (Ano 2)	Faturamento Ano 2 (R\$)	Quantidade mês (ano 3)	Faturamento Ano 3 (R\$)
Projeto Executivo	3	72000,00	5	120000,00
Acompanhamento da Obra	2	24720,00	3	37080,00
Laudo técnico/perícia	2	10560,00	3	15840,00
Limpeza final	2	36000,00	2	36000,00
Total	9	143280,00	13	208920,00

Fonte: Das Autoras (2019).

Tabela 7: Projeção de Vendas - Edifício de 100m²

Serviço	Quantidade mês (ano 4)	Faturamento Ano 4 (R\$)	Quantidade mês (ano 5)	Faturamento Ano 5 (R\$)
Projeto Executivo	7	168000,00	10	240000,00
Acompanhamento da Obra	5	61800,00	8	98880,00
Laudo técnico/perícia	3	15840,00	5	26400,00
Limpeza final	4	72000,00	7	126000,00
Total	19	317640,00	30	491280

Fonte: Das Autoras (2019).

A estimativa dos custos de comercialização são os impostos sobre faturamento, sendo estes o Simples e o Imposto sobre Serviço (ISS). A Tabela 8 e 9 demonstram os valores a serem pagos.

Tabela 8: Imposto sobre faturamento

Descrição	Alíquota	Total Ano 1
Receita		R\$ 83.640,00
1 – SIMPLES	4,50%	R\$ 3.763,80
2 – ISS	2,00%	R\$ 1.672,80
Total		R\$ 3.763,80

Fonte: Das Autoras (2019).

Tabela 9: Imposto sobre faturamento

Descrição	Alíquota (%)	Ano 2 (R\$)	Alíquota (%)	Ano 3 (R\$)	Ano 4 (R\$)	Alíquota (%)	Ano 5 (R\$)
Receita		143280,00		208920,00	317640,00		491280,00
SIMPLES	4,50	6447,60	9,00	18802,80	28587,60	10,20	50110,56
ISS	2,00	2865,60	2,00	4178,40	6352,80	2,00	9825,60
Total		6447,60		18802,80	28587,60		50110,56

Fonte: Das Autoras (2019).

Realizou-se, também, uma estimativa dos custos por depreciação como apresentado na Tabela 10.

Tabela 10: Custos por depreciação

Ativo fixo (bens)	Valor do bem (R\$)	Vida Útil (anos)	Total Ano	
Telefone	170,00	5	R\$	34,00
Mesa para trabalhos com projetos	480,00	10	R\$	48,00
Mesa de escritório	440,00	10	R\$	44,00
Bebedouro	360,00	5	R\$	72,00
Armário de escritório	500,00	10	R\$	50,00
Lixeira	40,00	10	R\$	4,00
Porta canetas	50,00	10	R\$	5,00
Total			R\$	257,00

Fonte: Das Autoras (2019).

A seguir são apresentados, na Tabela 11, a Projeção de Custos de projetos nos próximos 5 anos de atividades.

Tabela 11: Projeção de Custos

Serviço	Total (R\$)	Total Ano 1 (R\$)	Total Ano 2 (R\$)	Total Ano 3 (R\$)	Total Ano 4 (R\$)	Total Ano 5 (R\$)
Projeto Executivo	50,00	100,00	150,00	250,00	350,00	500,00
Acompanhamento da Obra	40,00	40,00	80,00	120,00	200,00	320,00
Laudo técnico/perícia	40,00	40,00	80,00	120,00	120,00	200,00
Limpeza final	10,00	10,00	20,00	20,00	40,00	70,00
Total	140,00	190,00	330,00	510,00	710,00	1090,00

Fonte: Das Autoras (2019).

Tendo as estimativas de faturamentos dos custos fixos e variáveis, é possível prever se a empresa irá operar com lucro ou prejuízo nos próximos cinco anos, através do Demonstrativo do Resultado do Exercício (DRE), conforme é observado na Tabela 12.

Tabela 12: Demonstrativo do Resultado do Exercício.

Descrição	DRE				
	Ano 1 (R\$)	Ano 2 (R\$)	Ano 3 (R\$)	Ano 4 (R\$)	Ano 5 (R\$)
Receita Total com Vendas	83640,00	143280,00	208920,00	317640,00	491280,00
Custo Variáveis Totais					
(-)Custos de materiais	190,00	330,00	510,00	710,00	1090,00
(-)Impostos sobre vendas	3763,80	6447,60	18802,80	28587,60	50110,56
(-)Gastos com vendas	4182,00	7164,00	10446,00	15882,00	24564,00
Subtotal de 2	8135,80	13941,60	29758,80	45179,60	75764,56
Margem de Contribuição	75504,20	129338,40	179161,20	272460,40	415515,44
(-)Custos Fixos Totais	61973,00	117413,00	161621,00	211893,80	336889,88
Resultado Operacional	13531,20	11925,40	17540,20	60566,60	78625,56

Fonte: Das Autoras (2019).

Tendo esses valores é possível prever o investimento necessário para que a empresa comece a operar, estes dados estão demonstrados na Tabela 13.

Tabela 13: Capital de Giro

Capital de Giro		
Custo Fixo Mensal	R\$	5.164,42
Custo variável mensal	R\$	1.026,48
Custo total da empresa	R\$	6.190,90
Custo total diário	R\$	206,36
Capital de Giro (dias)		26
Total dos investimentos	R\$	5.365,45

Fonte: Das Autoras (2019).

O caixa mínimo para a cobertura dos custos da empresa para um período de 26 dias é de R\$5.365,45.

4.6.3 Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais são os gastos realizados antes do início da abertura da empresa, como documentações, divulgação e reformas. Como o imóvel locado é novo, não será necessário esse último investimento. É importante ressaltar que optar-se-á pela contratação de advogados quando fizer necessário.

O valor total do investimento pré-operacional está demonstrado na Tabela 14, a seguir.

Tabela 14: Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor (R\$)
Despesas de legalização	1000,00
Divulgação	2500,00
Outras Despesas	500,00
Total	4000,00

Fonte: Das Autoras (2019).

4.6.4 Investimento Total

Tendo estimado os valores de investimentos fixos, o capital de giro e o investimento pré-operacional, é possível conhecer o total a ser investido no negócio, conforme é apresentado na Tabela 15.

Tabela 15: Investimento Total

Descrição	Valor (R\$)	%
Investimento Fixo	R\$ 9.735,24	52%
Capital de Giro	R\$ 5.063,41	27%
Investimento Pré-Operacional	R\$ 4.000,00	21%
Total	R\$ 18.798,65	100%

Fonte: Das Autoras (2019).

O capital para a criação da empresa será feito por meio de recursos próprios das sócias, ficando cada uma responsável por 50% do valor a ser investido, portanto, cada uma irá contribuir com R\$9.399,33.

4.6.5 Indicadores de viabilidade

Os indicadores de viabilidade ilustram se o empreendimento ou atividade econômica será capaz de gerar lucros suficientes para quitar o investimento inicial e as obrigações financeiras do negócio. O ponto de equilíbrio (PE) representa o montante que a empresa necessita faturar para pagar seus custos em um determinado período. É o quociente entre o custo fixo total e o índice da margem de contribuição (IMC), sendo este último obtido pela razão entre a margem de contribuição e a receita total do negócio. Os resultados do PE e do IMC podem ser observados na Tabela 16.

Tabela 16: Ponto de Equilíbrio e Índice da Margem de Contribuição.

Indicadores de Viabilidade	Valor
Índice da Margem de Contribuição	0,90
Ponto de Equilíbrio	R\$68.650,77

Fonte: Das Autoras (2019).

Entende-se que para cobrir todos os seus custos, a empresa deve ter uma receita total de R\$ 68.650,77 no primeiro ano.

A lucratividade é um indicador econômico do empreendimento calculado pela razão entre o lucro líquido e a receita total. Já a rentabilidade mede o retorno do capital investido aos sócios e é obtida pela razão entre o lucro líquido e o investimento total realizado. Na Tabela 17 seguem os resultados de ambos.

Tabela 17: Lucratividade e Rentabilidade.

Indicadores de Viabilidade	Valor
Lucratividade	16,18%
Rentabilidade	6,00%

Fonte: Das Autoras (2019).

Entende-se que para o primeiro ano, tendo uma receita total de R\$83.640,00 a empresa retêm na forma de lucro R\$13.531,20, o que indica uma lucratividade de 16,18% ao ano. Tem-se pela rentabilidade que, considerando os resultados esperados para o primeiro ano, a cada mês recupera-se 6,0% do valor investido.

O prazo de retorno do investimento (TABELA 18), indica o tempo necessário para que se recupere o valor investido no negócio, é o quociente entre o investimento total e o lucro líquido.

Tabela 18: Prazo de Retorno.

Indicador de Viabilidade	Tempo
Prazo de Retorno do Investimento	Aproximadamente 17 meses

Fonte: Das Autoras (2019).

Pela tabela, pode-se observar que em 17 meses o investimento será recuperado na forma de lucro.

5 CONCLUSÃO

Por meio do presente trabalho, objetivou-se elaborar um Plano de Negócios e analisar a viabilidade da implantação de uma empresa especializada em reformas e manutenção na cidade de Divinópolis – MG e microrregião. O interesse por empreendedorismo e reformas surgiu ao longo da trajetória das duas sócias durante a graduação, durante atividades como a participação na empresa júnior da Universidade.

Ao se realizar pesquisa exploratória, foi possível aferir um interesse de 70% dos respondentes em reformar um imóvel dentro dos próximos 5 anos. Os 30% que não possuem interesse, em sua maioria justificam por estarem satisfeitos com a atual situação dos seus imóveis ou têm outras prioridades no momento. Considerando a parcela que demonstra interesse pelo serviço, 89% fará o investimento através de recursos próprios, tornando possível a pressuposição de que a contratação de serviços de reforma é algo planejado pelos clientes, já possuindo o valor para o investimento no ato da procura pelo serviço. Sobre a relevância de critérios para a contratação de uma empresa da área, os interessados em reformar têm a qualidade do atendimento e da mão-de-obra como os mais relevantes, seguido do prazo de entrega, preço do projeto e inovação e sustentabilidade. O portfólio e a experiência dos engenheiros são os critérios menos observados pelos respondentes, fato que favorece a empresa RTA, uma vez que a mesma é nova no mercado.

A respeito do estudo dos concorrentes, observou-se um número de 2.569 profissionais engenheiros civis ativos inscritos no CREA na microrregião de Divinópolis. Ao colher dados de duas empresas consolidadas que ofertam o serviço de reforma, percebeu-se que o investimento em marketing e propaganda é importante, além de executar os serviços com qualidade. O diferencial da empresa frente aos concorrentes estará na especialidade em reformas, além de possuir horários flexíveis para melhor atender os clientes.

Considerando o planejamento financeiro, em termos de lucratividade e rentabilidade do empreendimento, estima-se um resultado favorável, sendo este comprovado pelo cálculo dos indicadores de viabilidade. Pode-se constatar que em 17 meses o investimento será recuperado na forma de lucro, considerando os resultados esperados para primeiro ano, a cada mês recuperam-se 6,0% do valor investido.

Com todas as informações analisadas, entende-se que existe espaço no mercado para a abertura da empresa, que é importante que a mesma invista em marketing e propaganda e também mantenha seus diferenciais perante os concorrentes. Conclui-se que, os dados obtidos

no presente trabalho se mostram favoráveis à fundação da empresa e que a Reformas Torres Assunção possui chances reais de obter sucesso em seu empreendimento.

Algumas ponderações a serem feitas para estudos futuros é em relação a amostra da pesquisa, uma vez que inicialmente definiu-se um público alvo e ao realizar a pesquisa online, foi notável o número de jovens de até 35 anos com interesse em reforma. Outra questão foi a dificuldade de atingir a população de diversos nichos, ficando limitado a principalmente o ciclo social das autoras, para dados mais representativos seria interessante uma pesquisa de campo em diversas regiões de Divinópolis e microrregião.

REFERÊNCIAS

APPLETON, João. **Reabilitação de edifícios antigos: patologias e tecnologias de intervenção**. 2. ed. Amadora: Orion, 2003. 730 p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES DE CRÉDITO IMOBILIÁRIO E POUPANÇA (ABECIP). **FGV projeta PIB da construção civil de 2019 quase 30% menor que o de 2014, 2019**. Disponível em: <<https://www.abecip.org.br/imprensa/noticias/fgv-projeta-pib-da-construcao-civil-de-2019-quase-30-menor-que-o-de-2014>>. Acesso em 23 set. 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 15575: Edificações Habitacionais – Desempenho. Requisitos Gerais**. Rio de Janeiro, 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 16280: Reforma em edificações – Sistema de gestão de reformas**. Rio de Janeiro, 2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 5674: Manutenção de edificações – Procedimento**. Rio de Janeiro, 2012.

ATALA, Rogério. **Hierarquização dos atributos de localização características de moradia considerados nos processos de escolhas residenciais de moradores de São Paulo**. 2018. Dissertação (Mestrado) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

BARRIENTOS, Maria Izabel. **Retrofit de edificações: estudo de reabilitação e adaptação das edificações antigas às necessidades atuais**. 2004. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

BUARQUE, Cristovam. **Avaliação econômica de projetos: uma apresentação didática**. Rio de Janeiro: Campus, 1984. 266 p.

CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO BRASIL. **Como o brasileiro constrói**. 2015. Disponível em: < <https://www.caubr.gov.br/pesquisa2015/como-o-brasileiro-constroiu/>> Acesso em: 14 out. 2019

CROITOR, Eduardo. **A gestão de projetos aplicada à reabilitação de edifícios: estudo da interface entre projeto e obra**. 2008. Dissertação (Mestrado) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. 176 p.

DIVINÓPOLIS. Lei nº 1071, de 21 de novembro de 1973. **Estabelece o código de obras de Divinópolis**. 1973. Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/codigo-de-obras-divinopolis-mg>>. Acesso em 30 set. 2019.

DORNELAS, José Carlos. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DORNELAS, José Carlos. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 6. ed. São Paulo: Empreende/ Atlas, 2016.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 2002 São Paulo: Atlas.

GOHR, Cláudia Fabiana; SANTOS, Luciano Costa. **Plano de Negócios**. Dourados, MS: UFGD, 2010. 140p.

GOOGLE MAPS. **Localização de Divinópolis**. 2019. Disponível em: <<https://goo.gl/maps/NoCE1X38Ce8eSSA4A>>. Acesso em: 13 nov. 2019.

IBGE. Sidra. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/3548>>. Acesso em: 17 out. 2019.

IMEC. TABELA DE HONORÁRIOS DE SERVIÇOS DE ENGENHARIA - 2019. Disponível em: <<https://www.imecmg.org.br/site/tabela-de-edificacoes/>>. Acesso em: 18 nov. 2019.

INCUBADORA DE EMPRESA DE BASE TECNOLÓGICA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS. **Anexo II: Estrutura de plano de negócios**. Disponível em: <<http://www.inbatec.ufla.br/wp-content/uploads/2017/04/ANEXO-II-Estrutura-de-Plano-de-Neg%C3%B3cios.pdf>>. Acesso em: 9 set. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE), 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/divinopolis/panorama>> Acesso em: 15 out. 2019.

KITCHENHAM, B. CHARTERS, S. Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering. Technical Report EBSE 2007, Keele University and Durham University Joint Report, 2007.

MICHAELIS. Moderno dicionário da língua portuguesa. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/manuten%C3%A7%C3%A3o/>>. Acesso em: 16 out. 2019.

MINAS GERAIS. **Regiões de Planejamento**, 2010 Disponível em: <<https://www.mg.gov.br/conteudo/conheca-minas/geografia/regioes-de-planejamento>> Acesso em: 10 out. 2019.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business model generation: inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários**. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2011. 278 p.

PEREIRA, Daniel; GONÇALVES, Danilo; GANDOLPHO, Eduardo. **Abertura de empresas**. São Bernardo do Campo, 2012.

PINE, b. Joseph; GILMORE, James. **The experience economy**. Havard Businees School, 1999.

POSSAM, Edna; DEMOLINER, Carlos. **Desempenho, durabilidade e vida útil das edificações: abordagem geral**. 1. ed. Revista CREA, 2013.

RICHARDSON, Roberto. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3 ed. rev. e aum. São Paulo: Atlas, 2008.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília, 2013. Disponível em:<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa.pdf>. Acesso em: 3 set. 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Brasília, 2016. Disponível em:<http://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasildestaque15,01e9f925817b3410VgnVCM2000003c74010aRCRD> Acesso em: 12 set. 2019.

SILVA, Eduardo; MONTEIRO, Fátima. **Empreendedorismo e plano de negócios**. Porto: Vida Económica, 2013.

TRIVIÑOS, **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.

VIA CARREIRA. **O Business Model Canvas**. 2019. Disponível em:<<https://viacarreira.com/wp-content/uploads/2019/03/como-fazer-canvas-para-o-seu-negocio-2.jpg>> Acesso em: 02 dez. 2019.

VINUTO, Juliana. **A amostragem em bola de neve em pesquisa qualitativa: um debate em aberto**. São Paulo, 2014.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Questionário online auto administrado para pesquisa de mercado

Pesquisa de Mercado para TCC - Reformas em Divinópolis e Microrregião

Este questionário é instrumento de pesquisa para um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) das alunas Ana Bárbara Rodrigues Torres e Marina Oliveira Assunção, do curso de Bacharelado em Engenharia Civil da Universidade Federal de Lavras (UFLA). Por meio deste questionário, objetiva-se avaliar a demanda por reformas de pequeno e médio porte na cidade de Divinópolis e microrregião, uma vez que o trabalho visa estudar a viabilidade da implantação de uma empresa da área.

Sua participação é anônima e voluntária, não sendo remunerada por qualquer forma. Responder ao questionário levará em torno de 2 minutos.

Obrigada desde já!

***Obrigatório**

1. Você é morador de Divinópolis e região? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim *Ir para a pergunta 2.*
- Não *Pare de preencher este formulário.*

Informações Demográficas

2. Idade *

Marcar apenas uma oval.

- Menos que 35 anos
- 35 a 39 anos
- 40 a 49 anos
- 50 a 59 anos
- 60 a 69 anos
- 70 anos ou mais

3. Renda Mensal Familiar *

Marcar apenas uma oval.

- Até R\$500,00
- De R\$501,00 a R\$1.000,00 De
- R\$1.001,00 a R\$2.000,00 De
- R\$2.001,00 a R\$3.000,00 De
- R\$3.001,00 a R\$5.000,00 De
- R\$5.001,00 a R\$10.000,00

- De R\$10.001,00 a R\$20.000,00
- Acima de R\$20.000,00

4. Qual a sua situação de moradia atual? *

Marcar apenas uma oval.

- Imóvel próprio
- Aluguel
- Casa de familiares
- Outro: _____

5. Você tem interesse ou planeja reformar um imóvel nos próximos 5 anos? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim *Ir para a pergunta 8.*
- Não *Ir para a pergunta 6.*

Não intenção de reformar

6. Porque você não tem interesse em reformar nos próximos 5 anos? *

Marque todas que se aplicam.

- Investimento elevado
- Estou satisfeito com a situação do meu imóvel
- Tenho outras prioridades no momento
- Moro de aluguel e não tenho interesse em reformar o local
- Outro: _____

7. Campo para observações ou complementos:

Pare de preencher este formulário.

Intenção de reforma

8. Em uma escala de 1 a 5 qual a sua intenção de reformar em 5 anos? *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Não tenho intenção Tenho total intenção

9. Qual valor você pretende investir na reforma? *

10. Como você planeja obter os recursos? *

Marcar apenas uma oval.

- Recursos próprios (poupança, economias, renda...)
- Financiamento
- Consórcio Outro:
- _____

11. Qual a relevância dos seguintes critérios para o projeto e execução da sua reforma? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Pouca relevância	Relevante	Muito Relevante
Tempo de atuação da empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Portfólio da empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experiência e renome dos engenheiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade da mão-de-obra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preço do projeto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inovação e sustentabilidade nos projetos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prazo de entrega	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade do atendimento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Onde você buscaria informações a respeito de escritórios de engenharia para realizar e acompanhar seu projeto? Assinale mais de uma alternativa, caso necessário. *

Marque todas que se aplicam.

- Redes sociais (Facebook, Instagram, outros)
- Site da empresa
- Mecanismo de busca do Google
- Indicação de familiares e amigos
- Empresas de materiais de construção
- Televisão ou rádio
- Outdoors
- Material impresso (panfletos, anúncios em revistas, outros)
- Outro: _____

13. Campo para observações ou complementos:
