



ESTUDO DE MERCADO

COMÉRCIO E SERVIÇOS: SERVIÇOS DE REPAROS RESIDENCIAIS



*Serviço de Apoio às Micro e
Pequenas Empresas Bahia*

EXPEDIENTE

© 2017. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei n.º 9.610).

Informações e Contato

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia

Unidade de Acesso a Mercados

Rua Horácio César, 64 Dois de Julho
CEP: 40.060-350 – SEBRAE/BA

☎ (71) 3320-4494

✉ contato.uam@ba.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual
Antonio Ricardo Alvarez Alban

Diretor-Superintendente
Adhvan Novais Furtado

Diretor Técnico
Lauro Alberto Chaves Ramos

Diretor de Atendimento
Franklin Santana Santos

Unidade de Acesso a Mercados
José Nilo Meira | *Gerente*

Alessandra Giovana F. da S. de O. Borges | *Gerente Adjunta*

Anderson dos Santos Teixeira | *Analista I*

Diogenes de Souza Silva | *Analista I*

Rodrigo Bouza | *Estagiário*

Coordenador
José Nilo Meira

Fotografias e Imagens
Banco de Imagens

Sumário

Apresentação	7
Introdução	7
Cenário	8
Oportunidades	8
METODOLOGIA	9
Objetivo	9
Setores e segmentos pesquisados	10
Fase Quantitativa	11
Fase Qualitativa	15
Identificação dos perfis dos consumidores	16
CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS PARTICIPANTES	17
Porte das empresas	17
Atuação das empresas	19
Motivo da escolha do local do estabelecimento	20
Tempo de mercado	20
DIAGNÓSTICO DO SEGMENTO	21
Análise SWOT	21
Ações recomendadas relacionadas à Análise Swot	22
ENDIVIDAMENTO DO SEGMENTO	23
FORNECEDORES	25
Produtos essenciais	25
Fornecedores nacionais e regionais	25
Serviços essenciais	26
Produtos de apoio	26
Serviços de apoio	27

CLIENTES.....	28
Composição da carteira de clientes	28
Principal canal de vendas	28
Perfil de fidelidade.....	29
AMBIENTE COMPETITIVO	30
Quantidade de concorrentes no mercado em comparação com 2015	30
Quantidade de concorrentes daqui a um ano em relação a hoje.....	30
Projeção da evolução da concorrência.....	31
SUBSTITUTOS DIRETOS E INDIRETOS.....	32
LEGISLAÇÃO	32
O SEGMENTO ANTES DA CRISE.....	34
METAS DE INVESTIMENTO E EXPANSÃO	35
Planos com relação a investimentos para o negócio nos próximos dois anos	35
Planejamento para investimentos.....	36
CRÉDITO	37
FATORES DE SUCESSO E INSUCESSO.....	37
INVESTIMENTOS NECESSÁRIOS	38
POSSIBILIDADES DE NOVOS NEGÓCIOS	39
INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS	40
TENDÊNCIAS	41
ESTRATÉGIAS DE MERCADO E COMERCIALIZAÇÃO.....	43
Peças e componentes eletrônicos	43
Peças importadas	43
Processo	44
Ameaças identificadas.....	44

Oportunidades.....	44
Concorrência.....	44
Produto substituto	45
ESTRATÉGIAS DE DIFERENCIAÇÃO	45
Principais municípios produtores.....	47
Características das empresas pesquisadas	47
Capacidade produtiva e de vendas das empresas que atuam nesse ramo	48
Demanda atual em relação à capacidade de atendimento da empresa	48
Investimentos em capacidade produtiva ou em atendimento do negócio em comparação ao ano passado	49
Valor investido na empresa em capacidade produtiva ou em atendimento em 2015	49
ATENÇÃO, EMPRESÁRIOS! CONHEÇA AS PRINCIPAIS FONTES DE APOIO AO SETOR	50
AÇÕES RECOMENDADAS	51
TRILHAS DE ATENDIMENTO	53
Referências	55

The background image shows two workers in a room. One worker, wearing a dark shirt and jeans, is standing and holding a long measuring tape against a wall. The other worker, wearing a light-colored t-shirt and jeans, is kneeling and using a power tool, possibly a sander or a drill, on the wall. The room has a plain wall and a metal ladder or scaffolding structure. The overall lighting is warm and orange-toned.

COMÉRCIO E SERVIÇOS: SERVIÇOS DE REPAROS RESIDENCIAIS

Apresentação

Analisar o mercado de atuação é a melhor maneira para que o empresário consiga otimizar esforços e investir energia em ações que realmente façam a diferença em seu negócio. Para isso, é preciso avaliar atentamente as características de comportamento do segmento em relação ao que está acontecendo no mercado interno e externo. Munido de informações relevantes, o empresário pode se preparar para aproveitar as oportunidades e criar estratégias para enfrentar possíveis desafios. As informações contidas no Estudo de Mercado voltado a comércio e serviços no segmento de reparos residenciais buscam facilitar o entendimento e expor a percepção dos empresários do setor. Dessa forma, ampliando as informações sobre o setor na Bahia, têm-se maior sustentação nas tomadas de decisões que impactam os resultados operacionais dos negócios.

Introdução

As residências, assim como outros tipos de imóveis, necessitam de manutenção constante, a fim de preservar as próprias instalações e estrutura. Quando bem cuidados, esses ambientes tendem a ser valorizados e têm sua vida útil aumentada. Os serviços de reparos residenciais sempre existiram, porém vêm se configurando como uma oportunidade de negócio. Antes, era comum que esses reparos fossem feitos pelos próprios moradores, entretanto, com a correria do dia a dia e a necessidade de qualificação na área, muitos profissionais entenderam que este segmento poderia ser lucrativo e rentável. Um exemplo bem característico de modelo de negócio nesta são os chamados “maridos de aluguel”.

Ainda que o estudo se remeta a reparos residenciais, são levantadas as oportunidades que esses reparos podem ter em diversos tipos de imóveis, seja no caso de imóveis de locação, residenciais ou mesmo em empresas que buscam reparos em seus ambientes.

No Brasil, as oportunidades no segmento foram ampliadas a partir de 2015. A partir desse período, o país sofreu uma recessão que impactou muitos setores, inclusive o da construção civil. O ramo de materiais de construção, por exemplo, sofreu uma redução de 5% nas vendas, após crescimentos anuais de, aproximadamente, 8%.

No entanto, de acordo com informações da Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção (Abramat), apesar deste cenário necessitar cautela, também evidencia novas oportunidades. No caso do segmento de reparos residenciais, a recessão fez com que muitos brasileiros desistissem da compra de imóveis novos e investissem no reparo de seus atuais.

Essa mudança de comportamento refletiu diretamente no faturamento de lojas de materiais de construção, que, em 2014, obtiveram um crescimento de 40%, alcançando 60% em 2016. Quando avaliado o faturamento dos serviços de construção de imóveis novos, a queda é inversa: de 60% em 2014, para 40% em 2016. O crescimento neste segmento também pode ser percebido pelo aumento do número de franquias ligadas ao setor de serviços e de reparos. Nos últimos três anos, o faturamento de inúmeras franqueadoras teve um acréscimo de 30% a 40% no faturamento. Quando comparado o terceiro trimestre de 2015 com o mesmo período de 2016, o crescimento de unidades das franquias do segmento em todo país atingiu 13%. Esse número representa o segundo maior percentual de crescimento de todos os segmentos da economia.

A Associação dos Comerciantes de Materiais de Construção do Estado da Bahia (Acomac) revela que o setor surpreendeu os empresários do estado. As vendas de novembro de 2016, apresentaram um crescimento de 6%. Esse aumento da venda de materiais de construção aqueceu também o mercado de trabalho, acirrando a disputa por mão de obra de pintores e pedreiros. Em todo o Estado da Bahia, são 7.900 lojas de materiais de construção. Destas, cerca de 50% estão em Salvador e na Região Metropolitana.

Com a demanda crescente, mão de obra, lojas de material de construção e pequenos negócios que prestam serviços destinados a reparos residenciais são beneficiados. Mas para que a evolução nos negócios aconteça de fato, é necessário buscar as melhores práticas e conhecer o que não deu certo com quem já atua no segmento, a fim de planejar as melhores estratégias de competitividade no mercado.

Cenário

- Calcula-se que o país possua aproximadamente 70 milhões de residências.
- Entre elas, 80% necessitam de manutenção pelo menos uma vez ao ano.

Oportunidades

O crescimento do segmento de serviços de reparos residenciais tem relação direta com a construção civil. Quanto mais imóveis disponíveis nesse mercado, maior é o número de oportunidades e, consequentemente, de clientes. O segmento é bastante amplo e dá oportunidade para diferentes tipos de profissionais, como eletricitas, pedreiros, mestres de obras, gessoiros, marceneiros, pintores e especialistas em calhas e telhados.

Além desses profissionais, serviços como os de jardinagem, chaveiro e vidraçaria podem ser também oferecidos como formas de agregar valor aos reparos.

Outros serviços que oferecem equipamentos para locação, como andaimes, betoneiras, escavadeiras e coletores de entulho também ganham mercado e podem se destacar, mesmo diante da recessão econômica.

O mercado de imóveis para aluguel também movimenta o segmento de reparos residenciais, por necessitar com frequência de materiais de construção e profissionais para manter os imóveis em condições aptas para uso e locação.

Franquias do tipo “marido de aluguel”, que ganharam destaques nos últimos anos, com o oferecimento de serviços de pintura, pequenos reparos, manutenção ou reformas, não necessitam de investimento inicial alto, possibilitam retorno do investimento em curto prazo e são atraentes no segmento.

No entanto, a grande oportunidade que deve impactar diferentemente no faturamento no segmento é o lançamento do Cartão Reforma, do Governo Federal. Esse cartão destina-se a famílias com renda mensal de até 1,8 mil, sendo um benefício para ampliar e construir moradias. Com essa medida, espera-se que o segmento tenha crescimento tanto na venda de materiais de construção como na contratação de serviços de mão de obra.

METODOLOGIA

Para atender aos objetivos do Estudo de Mercado, a metodologia foi dividida em três etapas: uma fase de entrevistas quantitativas e duas fases de entrevistas qualitativas. As entrevistas quantitativas fornecem uma visão mais abrangente do público a ser estudado, permitindo análises segmentadas por tipo de empresa (ME, MEI, EPP e, quando necessário, Produtor Rural) e por setor/segmento de atuação. É a técnica indicada para mensurar questões mais objetivas e permitir a criação de indicadores capazes de estabelecer comparativos entre diferentes perfis. As entrevistas qualitativas permitiram aprofundar questões mais sensíveis e explorar itens que requerem maior detalhamento.

Objetivo

O objetivo da pesquisa é propor estratégias de mercado, de comercialização e sugerir trilhas de atendimento para ME, MEI, EPP e Produtores Rurais que compõem a cadeia produtiva de 27 diferentes segmentos no Estado da Bahia.

São objetivos específicos:

- Levantar os principais produtos e/ou serviços e suas características.
- Evidenciar os principais nichos que compõem o mercado.
- Apontar as principais empresas e grupos participantes do mercado.
- Verificar a representatividade econômica do segmento (participação na economia local, estadual, nacional e mundial).
- Indicar os principais gargalos do segmento.
- Investigar a cadeia produtiva, a cadeia de valor, os canais de distribuição e os fornecedores de produtos.
- Descrever os clientes, suas características, comportamentos e critérios de compra.
- Identificar novos entrantes representativos para o mercado.
- Localizar produtos substitutos diretos e indiretos.
- Analisar as tendências e oportunidades futuras de mercado.
- Apresentar a densidade empresarial da Bahia.

Setores e segmentos pesquisados

A pesquisa contempla pequenos negócios pertencentes aos seguintes setores e segmentos:

Setor: Agronegócio

Segmentos:

- Caprinocultura leiteira
- Produção de Pólen
- Produção de Própolis
- Produção de Morango
- Produção de Banana
- Produtos Orgânicos
- Horticultura
- Piscicultura
- Chocolate *Gourmet* (Região de Ilhéus)

Setor: Comércio e Serviços

Segmentos:

- Varejo de Alimentos: Mercadinhos
- Varejo de Alimentos: Açougue
- Preparo e Comércio de Alimentos para Consumo domiciliar
- Serviços de Reparos Residenciais (alvenaria, chaveiro, automação residencial, hidráulica, pintura etc.)
- Beleza e Estética: Salões de Beleza e Estética
- Reciclagem de Resíduos
- Madeira e Móveis Planejados
- Reparação de Veículos Automotores

Setor: Economia criativa

Segmentos:

- Produção audiovisual

Setor: Indústria

Segmentos:

- Indústria da Moda – Gemas e Joias
- Panificação
- Confeções
- Couro e Calçados

Setor: Encadeamento produtivo

Segmentos:

- Produção de Energia Fotovoltaica
- Hospitais (como âncoras)
- Produção de Alimentos e Bebidas
- Cadeia do Turismo (sol e praia/religioso/eventos)
- Cadeia do Leite

Fase Quantitativa

A primeira fase da pesquisa é composta de entrevistas quantitativas, realizadas por telefone com questionário majoritariamente estruturado (contendo a maior parte das questões fechadas). As características dessa fase da pesquisa estão descritas a seguir.

Amostra: 1.000 casos.

Público: proprietários, gerentes ou responsáveis por ME, MEI, EPP e, quando for necessário, Produtores Rurais.

Abrangência: foi estabelecido como critério entrevistar responsáveis por pequenos negócios localizados em municípios em que há sede do Sebrae. Dessa forma, são considerados na pesquisa 27 municípios, incluindo a capital. São eles: Alagoinhas, Barreiras, Brumado, Camaçari, Euclides da Cunha, Eunápolis, Feira de Santana, Guanambi, Ilhéus, Ipiaú, Irecê, Itaberaba, Itabuna, Itapetinga, Jacobina, Jequié, Juazeiro, Lauro de Freitas, Paulo Afonso, Porto Seguro, Salvador, Santo Antônio de Jesus, Seabra, Senhor do Bonfim, Teixeira de Freitas, Valença e Vitória da Conquista.

Duração da entrevista: o questionário foi composto de perguntas abertas e fechadas, com um tempo de aplicação médio de 30 minutos.

Metodologia amostral:

A amostra foi desenvolvida de forma proporcional à população de empresas de interesse, de acordo com as seguintes etapas:

1. A partir de uma listagem contendo mais de 300 mil microempresas (ME), microempreendedores individuais (MEI) e empresas de pequeno porte (EPP) do Estado da Bahia, coletadas por meio da fonte Receita Federal, foram selecionadas empresas que correspondessem aos 27 segmentos de atuação pesquisados e que estivessem instaladas nos 27 municípios pesquisados. Esse filtro gerou um universo de pesquisa de 117.969 empresas.
2. A amostra de 1.000 casos foi distribuída entre os 27 segmentos de negócio de forma proporcional ao universo de empresas em cada segmento, de acordo com os seguintes critérios:

Tamanho do segmento	Tamanho da amostra
Menos de 1.000 empresas	20 entrevistas
1.000 a 4.999 empresas	35 entrevistas
5.000 a 9.999 empresas	55 entrevistas
10.000 empresas ou mais	100 entrevistas

De acordo com a metodologia apresentada, foi realizada a seguinte distribuição de casos, que foi aplicada para a realização das entrevistas:

Segmentos	Universo	Amostra
Varejo de Alimentos: Mercadinhos	27385	100
Beleza e Estética: Salões de Beleza e Estética	24479	100
Produção de Alimentos e Bebidas	13769	100
Confeções	7969	55
Preparo e Comércio de Alimentos para Consumo domiciliar	7303	55
Produção audiovisual	5539	55
Cadeia do Turismo (sol e praia/religioso/eventos)	5428	55
Reparação de Veículos Automotores	4893	35
Hospitais	4143	35
Serviços de Reparos Residenciais	3147	35
Madeira e Móveis Planejados	3065	35
Varejo de Alimentos: Açougue	3032	35
Cadeia do Leite	2208	35
Indústria da Moda – Gemas e Joias	991	20
Panificação	958	20
Reciclagem de Resíduos	845	20
Couro e Calçados	713	20
Produção de Morango	639	20

Segmentos	Universo	Amostra
Chocolate <i>Gourmet</i> (Região de Ilhéus)	169	20
Piscicultura	123	20
Horticultura	40	20
Produção de Energia Fotovoltaica	21	20
Produtos Orgânicos	23	20
Produção de Banana	27	20
Produção de Pólen	20	20
Produção de Própolis	20	20
Caprinocultura leiteira	20	20
	117969	1000

3. Dentro de cada segmento de atuação, foram selecionados casos de forma aleatória para participar da pesquisa.
4. Para os segmentos com baixa disponibilidade de contatos (menos de 200 contatos), foram realizadas pelo menos cinco tentativas de contato com cada empresa, objetivando atingir a amostra planejada.

Significância estatística:

A amostra da fase quantitativa proposta garante uma margem de erro de 3,1%, para mais ou para menos, para estimativas com 95% de confiança, considerando a amostra total de 1.000 empresas pesquisadas.

Para cada uma das categorias de empresa pesquisadas (ME, MEI, EPP ou produtores rurais), foi possível obter estatísticas representativas de cada grupo. Considerando-se uma amostra mínima de 100 casos, e considerando que o universo de empresas em cada categoria seja muito vasto, pode-se garantir que a margem de erro para estatísticas calculadas para cada categoria será inferior a 9,8% para mais ou para menos, com 95% de confiança.

Para cada um dos 27 segmentos pesquisados, foi alocada uma amostra de, pelo menos, 20 casos - conforme a disponibilidade de casos verificada no universo de empresas de cada segmento. A amostra de pelo menos 20 casos por segmento é suficiente para fornecer uma análise exploratória destes, bem como uma comparação exploratória entre os diferentes segmentos.

Dessa forma, o número de empresários entrevistados na fase qualitativa é apresentado na tabela a seguir:

Segmentos	Amostra
Varejo de Alimentos: Mercadinhos	125
Beleza e Estética: Salões de Beleza e Estética	110
Produção de Alimentos e Bebidas	105
Confeções	56
Preparo e Comércio de Alimentos para Consumo domiciliar	24
Produção audiovisual	18
Cadeia do Turismo (sol e praia/religioso/eventos)	55
Reparação de Veículos Automotores	35
Hospitais	35
Serviços de Reparos Residenciais	35
Madeira e Móveis Planejados	35
Varejo de Alimentos: Açougue	35
Cadeia do Leite	20
Indústria da Moda – Gemas e Joias	20
Panificação	21
Reciclagem de Resíduos	20
Couro e Calçados	20
Produção de Morango	20
Chocolate <i>Gourmet</i> (Região de Ilhéus)	20
Piscicultura	33
Horticultura	28
Produção de Energia Fotovoltaica	20
Produtos Orgânicos	20
Produção de Banana	30
Produção de Pólen	20
Produção de Própolis	20
Caprinocultura leiteira	20
	1000

Fase Qualitativa

A segunda fase da pesquisa é composta por entrevistas em profundidade, realizadas por telefone. O questionário qualitativo foi construído a partir dos resultados da primeira etapa quantitativa e foi validado posteriormente com o Sebrae/BA, antes da sua aplicação. As características dessa fase da pesquisa estão descritas a seguir.

Amostra: 85 casos, sendo 3 por segmento e 4 entrevistas piloto para validação da guia de discussão.

Público: proprietários, gerentes ou responsáveis por ME, MEI, EPP ou produtores rurais, quando couber.

Abrangência: Bahia (capital e interior), contendo os 27 segmentos citados anteriormente.

Duração: 75 min a 90 min.

Crítérios para filtro de recrutamento:

Os entrevistados foram selecionados a partir da pesquisa quantitativa e sua escolha foi orientada por critérios como:

- Tempo mínimo do negócio: 5 anos.
- Localização do negócio: foram priorizados aqueles entrevistados que se encontram na região de maior concentração da atividade econômica em questão.
- Avaliação geral do Cenário Econômico e Negócio: foram selecionados três entrevistados que apresentam, a partir da análise dos dados quantitativos, percepções diferenciadas a respeito do cenário para o desenvolvimento da atividade econômica de sua empresa.

Significância estatística:

Considera-se suficiente, para exploração de informações de cunho qualitativo, a amostra de três entrevistas por segmento. Isso porque se trata da segunda fase da pesquisa (que já tem dados levantados) e de questionário exaustivo realizado com empresários que pertencem a um mesmo contexto. A intenção da pesquisa qualitativa é identificar tendências e percepções subjetivas a respeito do fenômeno investigado, dispensando grandes amostras e comprovação estatística.

Optou-se por entrevistas em profundidade, devido a alguns fatores que caracterizam o presente estudo:

- Os respondentes desta pesquisa são Empresários ou Gerentes de Pequenos Negócios de diferentes regiões do Estado da Bahia. Este cenário inviabilizaria a reunião do público-alvo em um único local e horário. As entrevistas em profundidade permitiram que estas fossem agendadas no horário mais conveniente para o respondente e, sendo telefônicas, facilitaram reagendamentos e retornos para possíveis esclarecimentos.
- O estudo em questão apresenta uma variedade ampla de objetivos, sendo que parte deles requer maior detalhamento e relato de experiências por parte dos respondentes. Tais objetivos - como razões para maiores ou menores investimentos no negócio, percepção mais otimista ou pessimis-

ta do segmento, obstáculos e oportunidades identificadas para desenvolvimento da empresa - não poderiam ser abarcados somente através da etapa quantitativa, exigindo uma metodologia exploratória. A pesquisa qualitativa, além de responder a objetivos que não poderiam ser cobertos pela fase quantitativa, permitiu que o respondente detalhasse e embasasse achados importantes da primeira fase, de modo mais consistente e de forma que seja possível compreender determinadas opiniões e orientar ações do SEBRAE de maneira específica para cada segmento.

Identificação dos perfis dos consumidores

A terceira fase da pesquisa é composta por entrevistas em profundidade, realizadas por telefone, para identificação dos clientes dos empresários entrevistados, com o intuito de descobrir suas características, comportamentos e critérios de compra. O questionário qualitativo foi construído a partir dos resultados da primeira fase qualitativa.



Fonte: Shutterstock

CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS PARTICIPANTES

As empresas de reparos residenciais são todas prestadoras de serviços. A seguir está a divisão das empresas pesquisadas por CNAE. Todas as empresas pesquisadas prestam serviços relacionados a reparos residenciais e o percentual foi calculado sobre a amostra adotada para o segmento.

CNAE	Descrição CNAE	Amostra
9521-5/00	ELETRÔNICOS DOMÉSTICOS; MANUTENÇÃO DE, REPARAÇÃO DE	40%
9521-5/00	ELETRODOMÉSTICOS; MANUTENÇÃO DE, REPARAÇÃO DE	34%
9521-5/00	AR CONDICIONADO DOMÉSTICO; MANUTENÇÃO DE, REPARAÇÃO DE	14%
9529-1/05	ESTOFADOS; REPARAÇÃO DE, CONSERTO DE, REFORMA DE	6%
4120-4/00	APARTAMENTOS, CASAS, CONJUNTOS HABITACIONAIS, PRÉDIOS, EDIFÍCIOS, EDIFICAÇÕES, CONDOMÍNIOS, RESIDÊNCIAS, ETC., REFORMAS EM	3%
3314-7/02	BOMBAS HIDRÁULICAS; REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO EXECUTADA POR UNIDADE ESPECIALIZADA	3%
4321-5/00	INSTALAÇÃO DE SISTEMAS DE ELETRICIDADE (CABOS DE QUALQUER TENSÃO, FIAÇÃO, MATERIAIS ELÉTRICOS), OBRAS DE INSTALAÇÃO, MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO	3%
9529-1/05	MOVEIS; REPARAÇÃO DE, CONSERTO DE	3%
4321-5/00	SERVIÇO DE INSTALAÇÃO ELÉTRICA RESIDENCIAL	3%

Porte das empresas

De acordo com as bases de dados estatísticas da RAIS e CAGED, foram encontrados diversos estabelecimentos de serviços de reparos residenciais, de acordo com os CNAEs 9521-5/00, 9529-1/05, 4120-4/00, 3314-7/02 e 4321-5/00.

Empreendedor Individual (EI) foi a classificação com maior número de registros, 3.674 em todos os CNAES. A divisão por CNAEs nesta classificação é apresentada no gráfico a seguir.

Manutenção e Reparação de Equipamentos hidráulicos e Pneumáticos, Exceto Válvulas	19
Construção de Edifícios	2883
Instalação e Manutenção Elétrica	428
Reparação e Manutenção de Equipamentos Eletroeletrônicos de Uso Pessoal e Doméstico	282
Reparação de Artigos do Mobiliário	62

A classificação Microempreendedores (ME) foi a segunda com maior número de registros (743). A divisão pelos CNAEs nesta classificação é apresentada no gráfico a seguir:

Manutenção e Reparação de Equipamentos Hidráulicos e Pneumáticos, Exceto Válvulas	5
Construção de Edifícios	630
Instalação e Manutenção elétrica	74
Reparação e Manutenção de Equipamentos Eletroeletrônicos de Uso Pessoal e Doméstico	28
Reparação de Artigos do Mobiliário	6

Por último, a classificação Empresa de Pequeno Porte (EPP) foi a que teve menos número de registros (125). A divisão desta classificação por CNAE é apresentada no gráfico a seguir.

Manutenção e Reparação de Equipamentos Hidráulicos e Pneumáticos, Exceto Válvulas	0
Construção de Edifícios	115
Instalação e Manutenção Elétrica	7
Reparação e Manutenção de Equipamentos Eletroeletrônicos de Uso Pessoal e Doméstico	3

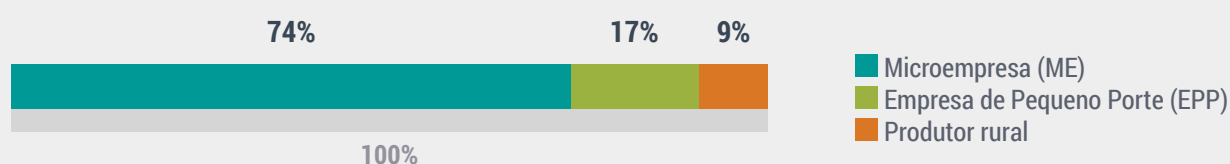
Pessoal ocupado neste segmento

Com relação ao número de pessoal ocupado no segmento de reparos residenciais, somando-se todos os CNAEs, obteve-se um total de 646.716, que corresponde a 5,92% em relação ao Brasil, que possui aproximadamente 10.920.697 de pessoal ocupado.

A divisão de pessoal por CNAE é apresentada no gráfico a seguir.

Manutenção e reparação de equipamentos hidráulicos e pneumáticos, exceto válvulas	631
Construção de edifícios	583262
Instalação e manutenção elétrica	48103
Reparação e manutenção de equipamentos eletroeletrônicos de uso pessoal e doméstico	13145
Reparação de artigos do mobiliário	1575

Em relação ao porte das empresas pesquisadas, a maioria delas (74%) está enquadrada como micro-empresa.



Atuação das empresas

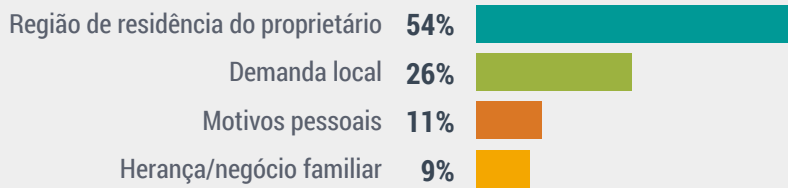
A maioria das empresas pesquisadas atua no mercado local, ou seja, seus clientes estão na sua própria cidade ou em cidades próximas. Menos de um terço delas tem atuação em diversas cidades do estado da Bahia e 14% atuam no mercado nordestino. Nenhuma das empresas pesquisadas atua em níveis nacionais ou internacionais, o que é explicado pela atividade que desempenham, pois é essencial sua presença nas residências dos clientes, tornando inviável operar a grandes distâncias.



Fonte: Shutterstock

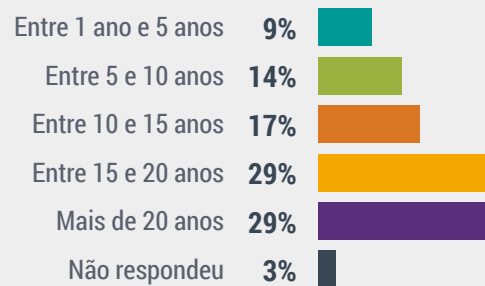
Motivo da escolha do local do estabelecimento

O principal motivo de escolha do local do estabelecimento é o fato de o proprietário já residir naquela região (54%). Já 26% dos empresários afirmaram ter escolhido o local em consideração à demanda deste.



Tempo de mercado

Em geral, as empresas do segmento se mostram tradicionais no mercado baiano. Entre elas, 74% estão no mercado há mais de dez anos e 29% afirmaram atuar há mais de 20 anos.



Fonte: Shutterstock

DIAGNÓSTICO DO SEGMENTO

A seguir, será apresentado o diagnóstico do segmento, que consiste na análise do ambiente interno (forças e fraquezas) e do ambiente externo (oportunidades e ameaças relacionadas ao segmento). Os itens internos são de responsabilidade e controle dos empresários. Já os aspectos externos não podem ser controlados pelo empreendedor. Esta análise facilita a visão do todo. Os empresários podem avaliar suas condições atuais e estabelecer estratégias para atuar no mercado em diversas situações.

Análise SWOT

Ambiente Interno

Forças	Fraquezas
Boa rentabilidade	Falta de mão de obra qualificada
Atendimento personalizado	Dificuldade para atender as demandas no prazo ideal.

Ambiente Externo

Oportunidades	Ameaças
Muitos segmentos para atuação	Produtos falsificados
Crise econômica, que aumenta o número de reparos ao invés da compra de um novo objeto	Altos impostos
Demanda alta e constante	Falta de linhas de crédito para o segmento
	Alta inadimplência



Fonte: Shutterstock

Ações recomendadas relacionadas à Análise SWOT

A análise SWOT apresenta os principais pontos de atenção que o empresário deve ter a fim de auxiliá-lo nas tomadas de decisão. Assim, é possível gerar ações em cima das informações apresentadas na análise, tais como:

- Investir em mão de obra para lidar com a dificuldade de encontrar profissionais qualificados no mercado.
- Apostar em diferenciais no serviço e nos produtos utilizados na reparação, auxiliando na fidelização dos clientes.
- Informar sobre a qualidade encontrada nos produtos e a qualificação dos profissionais, o que facilita a compreensão acerca do valor pago no serviço e evita a opção do consumidor por produtos falsificados.
- Evitar a dependência de um único fornecedor, explorando a cadeia da região para obter poder de barganha.
- Acompanhar a sazonalidade regional - por exemplo, no Estado da Bahia, o clima é quente o ano inteiro e utiliza-se ar condicionado com frequência. Entretanto, no verão, a demanda por conserto dos aparelhos é maior, em virtude da chegada dos turistas à cidade. Com base nisso, o empresário deve estar preparadp com peças para essa época do ano.

Empreendedor, lembre-se de empregar suas forças para aproveitar melhor as oportunidades do mercado e minimizar o impacto das ameaças.

Palavra do empresário

“Eu acredito que nosso ponto forte é a qualidade do serviço. O preço também. É necessário deixar o orçamento bem claro, ter transparência. Eu não tenho noção do atendimento dos meus concorrentes, mas acho que o nosso é melhor, pelo que os clientes falam.”

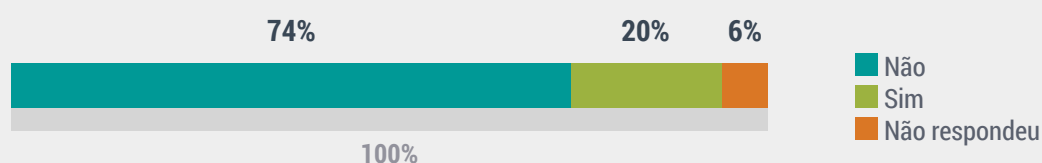
“Na maioria das vezes, a gente não consegue mão de obra qualificada. Eu opto por estagiários para formar e qualificar – se eles se adaptam, são contratados. Às vezes também há falta de peças nos fabricantes que eu represento.”

ENDIVIDAMENTO DO SEGMENTO

Em relação ao endividamento das micro e pequenas empresas do segmento, a maioria afirma que não buscou crédito junto a instituições financeiras nos últimos 12 meses. Menos de um terço afirma ter obtido empréstimos no período.

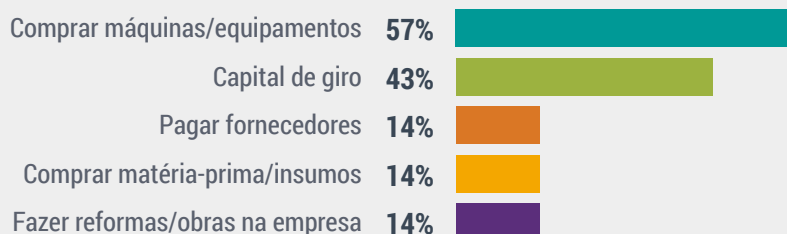
Busca de crédito nos últimos 12 meses

Das empresas que buscaram crédito no último ano (20%), 57% delas afirmam que o motivo do crédito foi a compra de máquinas e equipamentos, o que revela um grau de investimento alto no segmento.



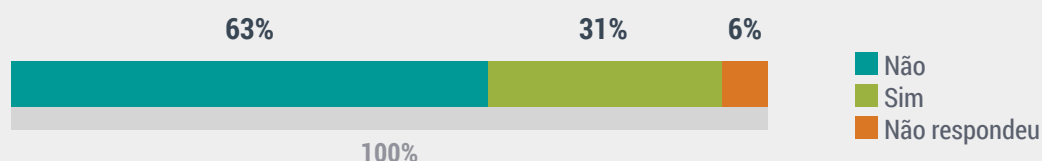
Motivo da obtenção de empréstimo

Entre as tomadoras de empréstimos, 43% afirmaram que os recursos foram destinados para capital de giro, o que demonstra possíveis desequilíbrios com liquidez e caixa das empresas.

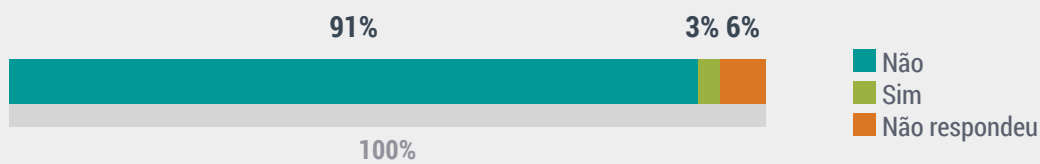


Mais de um terço das empresas pesquisadas tem alguma dívida com instituição financeira formal atualmente, enquanto 3% delas afirmam possuir dívida informalmente, com amigos, parentes ou agiotas.

Possui dívida com instituição financeira formal

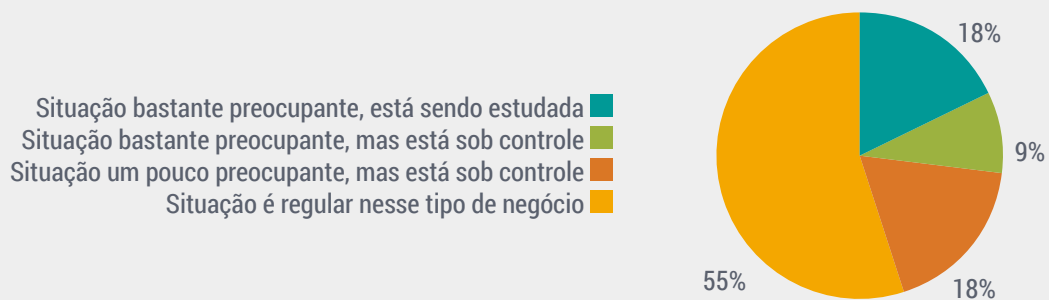


Possui dívida com instituição financeira informal



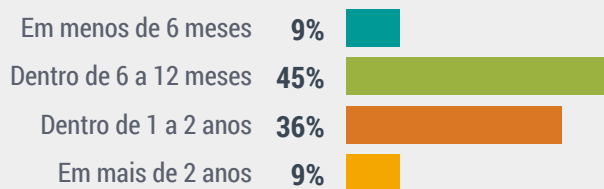
Compreensão da dívida

A maioria dos empresários que possuem dívida atualmente afirmam que a situação financeira da empresa é regular em empreendimentos como o seu. Porém, 45% deles afirmam que a situação da dívida é preocupante, embora a maioria deles tenha a dívida sob controle. Outros 18% afirmam que ainda estão estudando formas de reequilibrar a situação financeira da empresa.



Em quanto tempo deve quitar sua dívida

Mais de 50% dos empresários afirmaram que a previsão de quitar a dívida é dentro de um ano. Outros 36% calculam poder quitar a dívida entre um e dois anos.



FORNECEDORES

Produtos essenciais

Como produtos essenciais para o empreendimento, os empresários destacam (em ordem decrescente de menções):

- peças de reparo e peças específicas;
- ferramentas;
- placas e componentes eletrônicos;
- solda;
- cabos;
- parafusos;
- cobre;
- espuma;
- linha de costura e tecido;
- abrillantador;
- atuador;
- bateria recarregável;
- bomba de drenagem;
- broca;
- calandra;
- capacímetro;
- cola;
- compressor;
- dobradeira de tubo ou chapa;
- fios elétricos;
- fonte de alimentação;
- gás para refrigerador e ar condicionado;
- madeira;
- material de isolamento;
- molhador;
- nivelador;
- oscilador;
- plugues;
- transmissões.

Fornecedores nacionais e regionais

As empresas contam, em média, com três fornecedores para esses produtos, mas para as peças específicas ou de reparo elas contam com mais de 10 fornecedores cada. Dos fornecedores, 53% deles estão localizados em outras regiões do país e 42% estão na mesma cidade.

Satisfação com fornecedores

Os empresários demonstraram estar satisfeitos com seus fornecedores. A média de satisfação é de 4,4 (numa escala em que 1 é muito insatisfeito e 5 é muito satisfeito).

Serviços essenciais

Os serviços considerados essenciais para o funcionamento das empresas são (em ordem decrescente de menções):

- energia elétrica;
- manutenção de informática;
- balconista;
- telefone;
- pedreiro;
- fornecimento de combustível;
- água;
- recepcionista técnico;
- mecânicos;
- internet;
- técnico em manutenção;
- tapeceiro.

Muitas vezes, a contratação desses serviços é temporário ou demandado para contratos pontuais. Mas também pode acontecer de alguns serviços serem frequentes, por isso, vale a pena pensar em acordos mais duradouros com esses prestadores, ou até mesmo, qualificar-se para diminuir custos e até mesmo agregar valor, reduzir prazos e aumentar a confiabilidade nas negociações.

Fornecedores nacionais e regionais

Em média, os empresários contam com um fornecedor para cada um dos serviços essenciais. A maioria desses fornecedores (68%) está localizada no mesmo município que as empresas pesquisadas e 28% são fornecedores localizados em outros municípios do Estado da Bahia.

Satisfação com fornecedores

A média de satisfação com esses fornecedores é de 4 (numa escala em que 1 é muito insatisfeito e 5 é muito satisfeito), o que demonstra uma boa satisfação também neste quesito.

Produtos de apoio

Os produtos de apoio são aqueles que não são os protagonistas do negócio, mas dão suporte à venda ou à produção do produto principal ou são incorporados ao serviço final, em busca de aumentar o lucro do negócio. Os produtos de apoio destacados pelos empresários do segmento de reparos residenciais são (em ordem decrescente de menções):

- material de escritório;
- cano;
- combustível;
- material de limpeza;
- computador;
- guincho;
- notas e recibos;
- ferramentas;
- impressora;
- EPI;
- andaime;
- lixa d'água para polimento.
- sacolas;
- capacitor de alta tensão;

Fornecedores nacionais e regionais

Para esses produtos, os empresários contam em média com um fornecedor por produto; 94% desses fornecedores estão localizados no mesmo município do negócio e 5% em outros municípios do estado.

Satisfação com fornecedores

A média de satisfação com esses fornecedores é de 4,7 (em uma escala em que 1 é muito insatisfeito e 5 é muito satisfeito), o que demonstra que eles estão bem satisfeitos.

Serviços de apoio

Os principais serviços de apoio destacados para a atividade são (em ordem decrescente de menções):

- contabilidade;
- internet;
- locação de andaimes;
- telefone;
- consultoria;
- técnico em eletrônica;
- aluguel de infraestrutura;
- assessoria de RH;
- transportadora.

Fornecedores nacionais e regionais

Nesse caso, a maioria das empresas do segmento conta também com um fornecedor para cada serviço, sendo que 91% deles estão localizados no mesmo município que a empresa, 6% estão em outros municípios da Bahia e 4% em outras regiões do país, que é o caso das empresas fornecedoras de serviços de telefonia.

Satisfação com fornecedores

A média de satisfação dos empresários com os fornecedores dos serviços de apoio é de 4, o que mostra que a satisfação também é boa, tal qual acontece com os outros fornecedores apresentados.



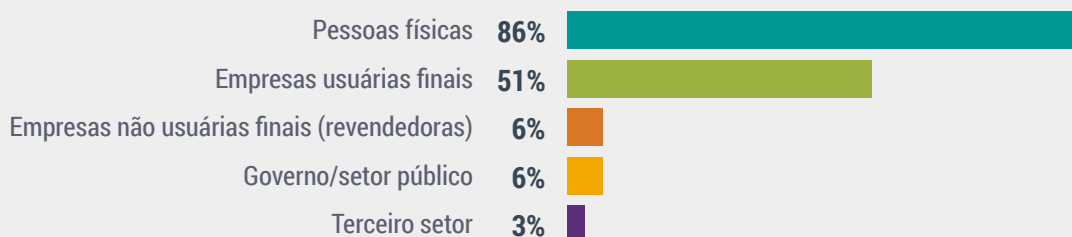
Fonte: Shutterstock

CLIENTES

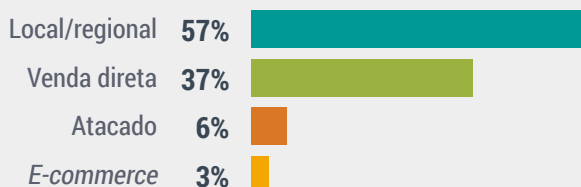
Composição da carteira de clientes

Este capítulo é composto por diversos tipos de clientes. Por isso é preciso dizer que se entende por clientes:

- Pessoa física - todo indivíduo que detém certidão de nascimento e CPF;
- Empresas usuárias finais - buscam os serviços de reparos para uso próprio;
- Empresas não usuárias finais - buscam o serviço de reparos, mas com a intenção de ofertar para terceiros;
- Governo/setor público - clientes como escolas, administração pública, hospitais, etc.;
- Terceiro setor - clientes decorrentes de associações e entidades sem fins lucrativos.



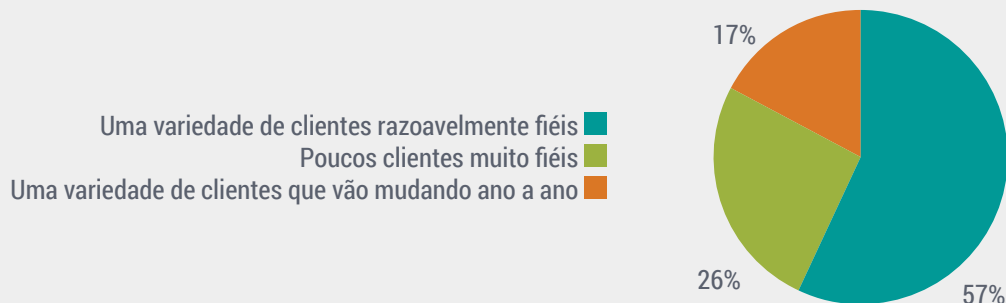
Principal canal de vendas



Fonte: Shutterstock

Perfil de fidelidade

Os clientes das empresas pesquisadas são, em maioria, razoavelmente fiéis, isto é, utilizam os serviços com alguma frequência. Boa parte é composta por uma base de poucos clientes fiéis e outra parte é composta de clientes que mudam ano a ano, o que ajuda a manter a demanda sempre constante.



Entre os empresários pesquisados, 57% concordam que precisam se preocupar com novos serviços para oferecer serviços sempre melhores para seus clientes; enquanto 43% discordam dessa afirmação.

Palavra do empresário

“O nosso principal cliente é a pessoa física das classes A e B, graças às marcas com que trabalhamos hoje, como a Panasonic e a Pioneer. Empresas e órgãos do governo não são tão expressivos.”

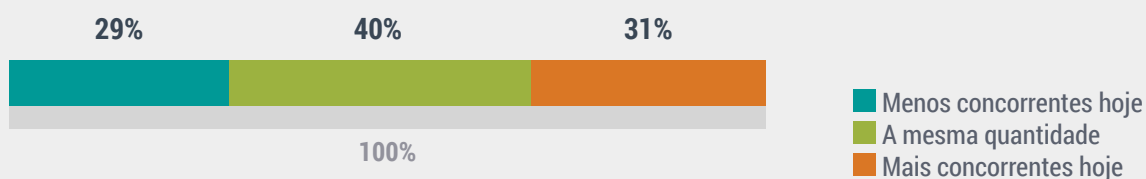
“Meus clientes pessoa física são pessoas de mais idade e poder aquisitivo mais baixo, que ainda estão pagando o produto que estragou e que não têm condições de comprar um novo. Empresas são hospitais, prefeituras e outras.”

Os empreendedores mencionaram que os clientes dos seus estabelecimentos são principalmente pessoas de classe média, com idade entre 30 e 50 anos, que preferem consertar ou requintar seus imóveis atuais em vez de investir em novos.

AMBIENTE COMPETITIVO

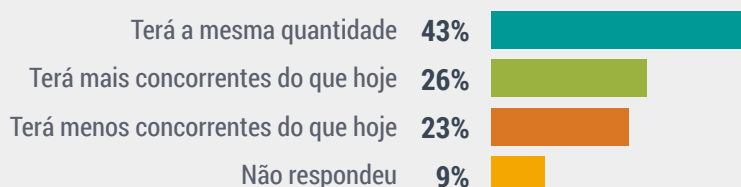
Os empresários do segmento se dividem bastante sobre suas opiniões em relação à quantidade de concorrentes e novos entrantes do mercado. A maior parte acredita que a quantidade de concorrentes é a mesma do ano passado. Outra boa parte pensa que a quantidade de concorrentes aumentou, enquanto quase um terço acha que, atualmente, há menos empresas do mesmo segmento no mercado.

Quantidade de concorrentes no mercado em comparação com o ano passado



Quantidade de concorrentes daqui a um ano em relação a hoje

Em relação ao futuro, a maior parte acredita que, em um ano, haverá a mesma quantidade de concorrentes no mercado, enquanto quase um terço acha que haverá mais do que atualmente. Há também aqueles que acreditam que haverá menos empresas concorrendo daqui a um ano. As opiniões são bastante diversas, o que pode ser explicado pela diferença de regiões de atuação das empresas pesquisadas, e também por uma incerteza quando ao futuro do segmento.



Palavra do empresário

“Existem vários concorrentes em Feira de Santana, alguns no mesmo bairro e até na mesma rua. A concorrência diminuiu, pois muitos técnicos não conseguem acompanhar as novas tecnologias ou têm dificuldades financeiras e acabam fechando.”



O mercado de reparos, ao mesmo tempo que, muitas vezes, apresenta dificuldades na contratação de mão de obra por parte dos clientes, também pode ser altamente competitivo, devido ao fato de várias atividades comporem a cadeia produtiva. Por essa razão, é preciso estudar a região no qual o negócio se insere, para identificar se a melhor estratégia é oferecer serviços de forma conjunta ou isolada. No caso, a identificação de concorrentes que operam na região é um bom indicativo para estabelecer a melhor tática. Por exemplo, se na região já existem empresas que oferecem serviços de pintura, mas ainda faltam serviços relacionados à jardinagem, a demanda por essa atividade é grande, é ideal a formação de um negócio que contemple o serviço de jardinagem, portanto. Ofertar o serviço de pintura também pode ser interessante, mas como um complemento, não como o carro-chefe.

Projeção da evolução da concorrência

Os concorrentes aumentam gradualmente, conforme pesquisa no site Empresômetro. Em 2014, havia 18.281 empresas ativas em todos os CNAEs. Em 2015, este número aumentou para 22.021 e em 2016 chegou a 25.909 de empresas ativas, somente no Estado da Bahia.

A evolução observada de 2014 para 2015 foi de 64,87%; e de 2015 para 2016 foi de 54,84%.

Com base nesses dados, conclui-se a importância de o empresário se manter sempre atualizado em relação às mudanças de comportamento, de tendências tecnológicas e de mercado, bem como às novas linhas de crédito que estão surgindo para reformas, a fim de que consiga enfrentar os desafios deste segmento e uma das ameaças apontadas na análise SWOT, que é a falta de linhas de crédito.



Fonte: Shutterstock

SUBSTITUTOS DIRETOS E INDIRETOS

Os substitutos diretos e indiretos são geralmente produtos ou serviços semelhantes com preços menores. Esses produtos são mais procurados caso a renda dos clientes caia durante um determinado período. Os empresários do segmento afirmam que a preocupação em relação aos substitutos é que eles acabem substituindo a opção pelos reparos, seja pelo encarecimento dos serviços de conserto ou seja pelas vantagens que o mercado oferece, como crediário e descontos para quem compra novos produtos e apresenta os produtos estragados nas lojas.

Palavra do empresário

“O cliente vai preferir a compra de um aparelho novo, principalmente se o conserto acabar ficando muito alto.”

Entre as empresas entrevistadas, 49% dizem ter observado muitas novidades em produtos e serviços nos últimos anos em seu setor.

LEGISLAÇÃO

Para o segmento de reparos residenciais, uma atenção especial deve ser dada à formatação de serviços nas áreas de engenharia e arquitetura (reformas estruturais no imóvel e reparos diretos nas redes de eletricidade, gás, água, etc.). Isso acontece pois, segundo a lei federal nº 6496/77, nenhuma obra ou serviço nessas áreas poderá ser iniciada sem que tenha sido registrada a respectiva Anotação de Responsabilidade Técnica (ART). A referida lei expressa, ainda, que a falta de registro de ART em empreendimentos nessas áreas ensejará a notificação por exercício ilegal da profissão, caso não haja participação de profissional, engenheiro ou arquiteto, habilitado.

Além da legislação e da fiscalização comuns a todas as empresas, como a trabalhista e a fiscal, as empresas do segmento que trabalham como assistência técnica autorizada são fiscalizadas pelas empresas fabricantes dos produtos que a assistência cobre.

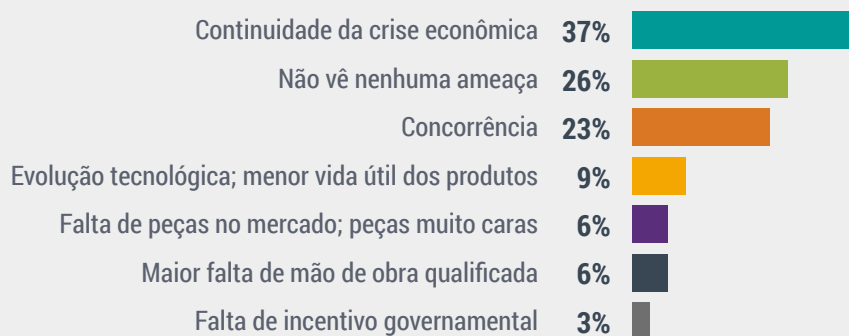
Fique atento à [Lei nº 8.078/90](#) – Código de Defesa do Consumidor (CDC). A aplicação do CDC é obrigatória e deve obedecer a cinco princípios: transparência, harmonia das relações de consumo, vulnerabilidade, boa fé objetiva e equilíbrio contratual absoluto.

Empresário, lembre-se de seguir a [Norma ABNT NBR 16280:2015](#), que trata dos requisitos para reformas em edificações.

A maior parte dos empresários do segmento pesquisado acredita que a maior ameaça em médio prazo é o prosseguimento da crise econômica, pois a falta de emprego e a instabilidade financeira fazem com que as pessoas adiem os reparos e reformas residenciais e aumentem a inadimplência, desaque-

cendo o setor. Boa parte dos empresários afirma que a concorrência é uma grande ameaça, principalmente aquela vinda dos prestadores de serviços que não estão devidamente legalizados, que não pagam impostos e trabalham com peças e equipamentos sem garantia ou falsificados, o que permite que ofereçam preços muito abaixo dos praticados pelo mercado legal.

Outra parte dos empresários não vê ameaças para o segmento e alguns acreditam que a evolução tecnológica pode ser um entrave futuro, pois os equipamentos estão ficando cada vez mais específicos e com vida útil menor, o que estimula as pessoas a comprarem produtos novos em vez de mandar consertar quando falham. Alguns empresários também reclamam dos fornecedores e da falta de mão de obra no mercado, que está cada vez maior e se mostra uma ameaça para o segmento.



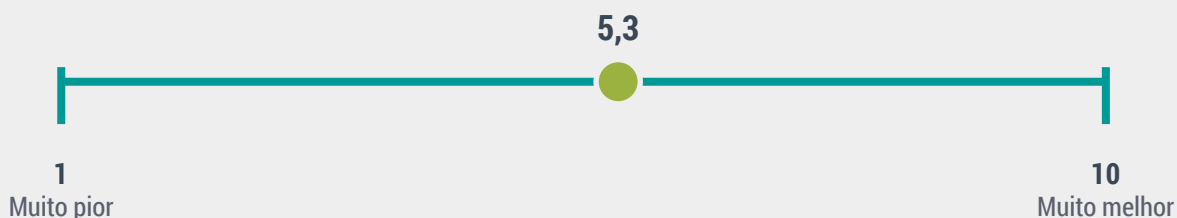
As empresas do segmento de reparos também precisam atentar às regras de proteção ao consumidor estabelecidas pelo [Código de Defesa do Consumidor \(CDC\)](#), que protegem a relação entre consumidores e fornecedores.

A [Lei Complementar 128/2008](#) cria a figura do empreendedor individual e o legaliza como microempresário, antes denominado trabalhador informal. Para ser um microempreendedor individual (MEI), é preciso ter um faturamento de no máximo R\$ 60 mil por ano, não possuir outra empresa, nem como sócio, e ter ao menos um empregado contratado que receba o salário mínimo. Por isso, esteja atento às exigências legais e específicas para montar uma empresa de reparos residenciais. As normas para registros das empresas são semelhantes a qualquer outro negócio. Para saber mais, [acesse o documento elaborado pelo Sebrae](#).

O SEGMENTO ANTES DA CRISE

Os empresários acreditam que o segmento melhorou levemente em comparação a 2015; a média das notas foi 5,3 (numa escala em que 1 é muito pior e 10 é muito melhor).

Como está o segmento em relação ao ano de 2015

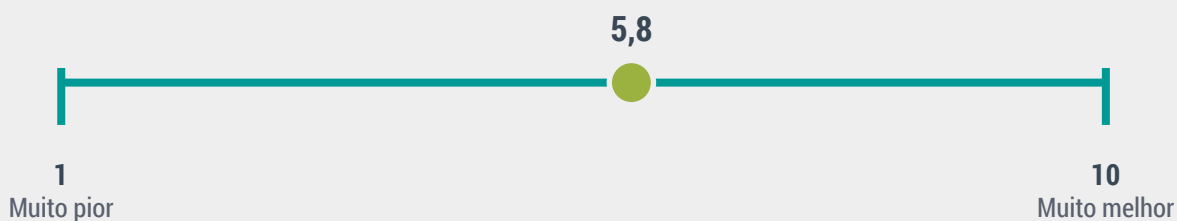


Palavra do empresário

“Melhorou. Aumentou a procura por assistência técnica, pois o poder aquisitivo das pessoas caiu e está mais difícil comprar equipamentos novos. Em vez de comprar equipamentos novos e descartar os velhos, elas estão consertando.”

A avaliação das empresas foi um pouco melhor. Os empresários acreditam que suas empresas melhoraram um pouco mais que o setor em relação a 2015, com uma média de 5,8 (numa escala de 1 a 10).

Como está a empresa em relação ao ano de 2015



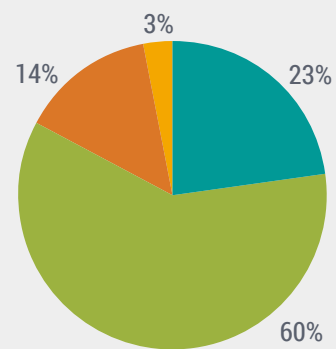
O impacto da crise nos negócios

Acho que o país está em crise e meu empreendimento foi afetado gravemente

Acho que o país está em crise e meu empreendimento foi afetado moderadamente

Acho que o país está em crise, mas meu empreendimento não foi afetado

Não respondeu



METAS DE INVESTIMENTO E EXPANSÃO

A maior parte dos empresários do segmento afirma que não tem planos de investimento para os próximos dois anos, seja porque não planejou, seja porque adiou planos que tinha, sem previsão de retomada. Ainda assim, grande parte (46%) dos empresários está planejando investimentos para o período, entre os quais 26% afirmam que são investimentos moderados.

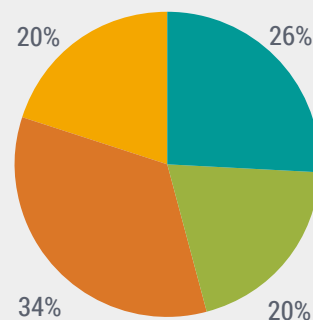
Planos com relação a investimentos para o negócio nos próximos dois anos

Está planejando investimentos moderados

Está planejando pequenos investimentos

Não tem investimentos planejados

Os planos foram adiados, sem previsão de retomada



Planejamento para investimentos

Para os empresários que planejam investimentos, questionou-se para que fins estes seriam utilizados. As respostas foram as seguintes:



Palavra do empresário

“Queremos investir em tecnologia. Uma ferramenta de BGA custa entre R\$ 15.000 e R\$ 20.000.”*

“Estamos esperando aumentar a demanda para investir em um sistema de coleta e entrega. Eu gosto do que faço, mas já estou saturado. Se puder, eu troco de setor para trabalhar com manutenção e instalação de equipamentos de energia solar e eólica.”

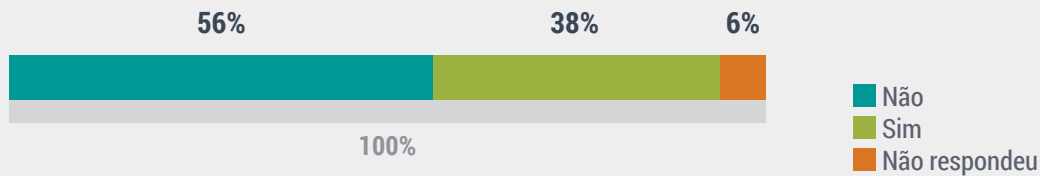
**BGA é a sigla de Ball Grid Array, e trata de uma ferramenta de solda utilizada para reparos.*



Fonte: Shutterstock

CRÉDITO

Sobre o meio de obter recursos para realizar os investimentos planejados, a maioria das empresas afirma que não pretende buscar crédito junto a alguma instituição financeira; e mais de um terço afirma que pretende buscar crédito junto a bancos ou financeiras.



Entre os empresários pesquisados, 77% acreditam que empreendimentos como os deles irão crescer nos próximos anos.

FATORES DE SUCESSO E INSUCESSO

Os principais pontos de atenção que os empresários do segmento destacam são:

- É necessário investir em mão de obra, pois sempre há dificuldade para encontrar profissionais qualificados no setor e a tendência é ter cada vez menos.
- É preciso diferenciar o serviço e os produtos utilizados na reparação, a fim de conquistar os clientes. Há muitos produtos falsificados e empresas que trabalham ilegalmente, mostrar que vale a pena pagar a mais por um serviço profissional pode fortalecer o segmento.
- É importante criar uma boa logística com fornecedores. Há dificuldade de fornecedores nas regiões e muitas vezes a empresa fica dependente de diversos fatores para conseguir algum tipo de peça específica.
- É preciso planejar as compras. Por exemplo, observando-se as necessidades de cada estação do ano.

Palavra do empresário

“Não aconselharia ninguém a abrir negócio no meu setor; eu fico, porque realmente gosto. Se for abrir uma assistência técnica, eu sugeriria em Barreiras ou Luís Eduardo, que é uma região mais rica, que está crescendo e tem falta desse tipo de serviço.”

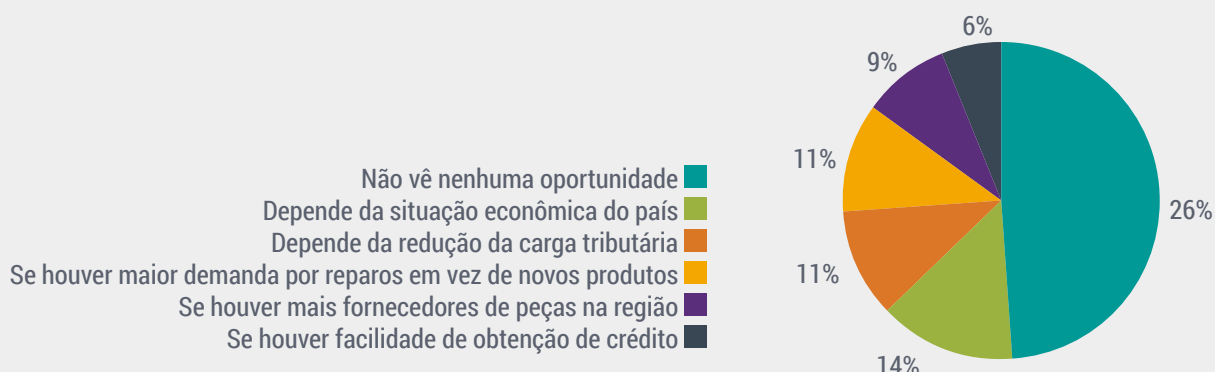
INVESTIMENTOS NECESSÁRIOS

Os investimentos para abrir uma empresa de serviços de consertos e reparos residenciais dependem de diversos fatores, como:

- **Localização:** esse tipo de negócio não exige necessariamente um ponto de venda ou loja aberta para funcionar; porém, se o empresário desejar, pode abrir uma loja para atender melhor seus clientes e disponibilizar as peças e ferramentas necessárias. Além disso, pode oferecer ao cliente a possibilidade de ele mesmo levar seu eletrodoméstico até a loja para o conserto, porém o mais comum e cômodo para os clientes é o atendimento em residência. Ainda, quanto melhor a localização do negócio em centros de alto fluxo de pessoas e imóveis novos, maior será o aluguel ou o preço de venda do imóvel. A localização deve priorizar regiões bastante residenciais.
- **Capital de giro:** dependendo do tipo de equipamentos que serão consertados, será necessário mais ou menos capital para pagar fornecedores das peças de reposição antes de receber dos clientes. Estima-se em R\$ 15 mil o capital de giro necessário para a abertura de uma microempresa de serviços de reparos residenciais.
- **Estrutura:** considerando uma empresa de serviços de reparos residenciais de pequeno porte montada em uma área de 50 m², será necessário um investimento de cerca de R\$ 50 mil. Com esse valor, é possível montar uma central com atendentes, comprar um carro para o transporte da equipe, assim como adquirir equipamentos e produtos para limpezas e reparos.
- **Custos operacionais mensais de funcionamento:**
 - a. água, luz, telefones e acesso à internet: R\$ 1.050,00;
 - b. assessoria contábil: R\$ 545,00;
 - c. despesas com armazenamento e transporte: de 5% a 10 % do faturamento;
 - d. produtos para higiene dos funcionários e limpeza da empresa: R\$ 900,00;
 - e. despesas com vendas e divulgação: em torno de 3% das vendas;
 - f. recursos para manutenções corretivas: 5% do custo do equipamento ao ano;
 - g. salários administrativos e pró-labore: R\$ 6.500,00.
- Se a opção for por uma franquia, pode custar de R\$ 25 a R\$ 299 mil, de acordo com as empresas associadas à Associação Brasileira de Franchising.

POSSIBILIDADES DE NOVOS NEGÓCIOS

Como oportunidade, a maior parte dos empresários afirma que não vê nenhuma em curto ou médio prazos. Uma parte deles acredita que o segmento só terá crescimento e desenvolvimento a partir da melhora da situação econômica do país, e alguns acreditam que um incentivo do governo por meio da redução de impostos pode ser uma oportunidade de melhora no segmento. Situações elencadas pelos empresários a esse respeito:



Palavra do empresário

"Eu acho que a demanda ainda vai aumentar com a chegada de novos produtos eletroeletrônicos no mercado."

Apurou-se que 60% dos empresários de reparos residenciais concordam que existem muitas oportunidades a ser exploradas no segmento em que atuam.



Fonte: Shutterstock

INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS

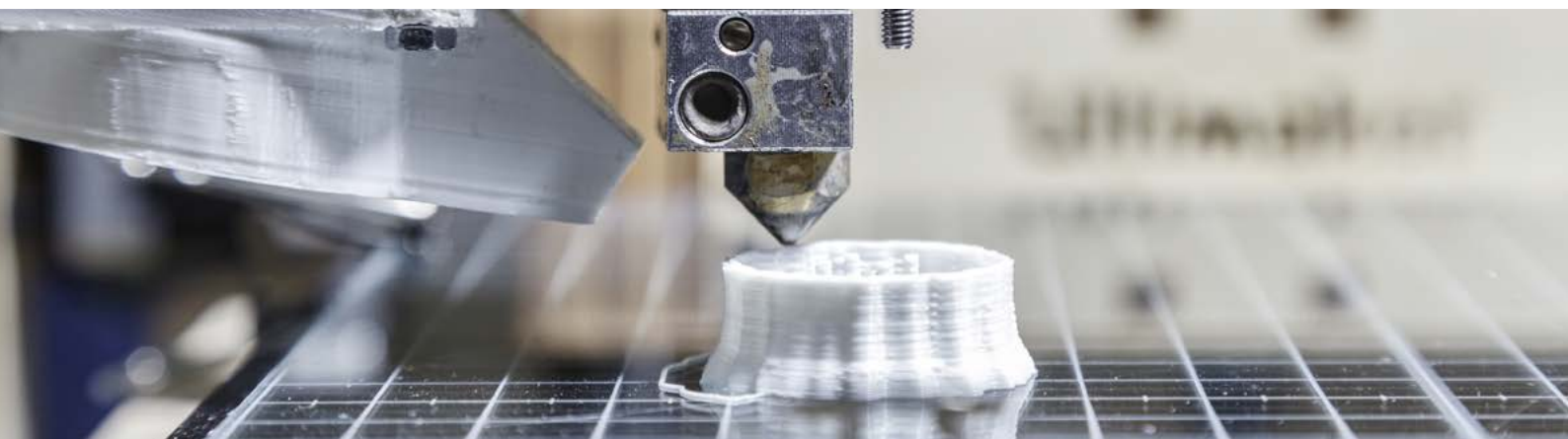
Os empresários de serviços de reparos residenciais observaram algumas inovações tecnológicas para o seu segmento nos últimos anos, principalmente em relação a ferramentas que melhoram o processo de reparos. Todos os empresários avaliaram essas inovações como impactos positivos na cadeia. A seguir, estão listadas as inovações pontuadas pelos empresários:

- **Aplicativos de celular e internet:** utilizados para agilizar os processos internos, os atendimentos e as interação com os clientes.
- **Câmeras de segurança:** surgem mais como um investimento tecnológico, para auxiliar tanto na segurança interna, como também para servir como opção na disponibilização de serviços.
- **Equipamentos automatizados:** são usados para potencializar os serviços já prestados, substituindo os equipamentos manuais.
- **Máquina injetora poliuretano:** as máquinas atendem a um mercado cada vez mais exigente, com detalhes e moldes mais minuciosos, que necessitam do uso da máquina.
- **Máquina para colocação de BGA (equipamento com tecnologia de infravermelho).**
- **Suporte para manutenção preventiva geral:** para maior segurança na proteção do patrimônio da empresa e prevenção da vida útil de máquinas e equipamentos.

Palavra do empresário

“A nanotecnologia faz com que os equipamentos fiquem cada vez menores, mas também com a vida útil menor, o que estimula o descarte e a compra de um produto novo. Por outro lado, algumas tecnologias beneficiam o negócio, como a máquina de colocação de BGA.”

“A tecnologia é positiva para o meu setor, pois, quanto mais produtos novos, mais chance de procura/necessidade de uma assistência técnica. Os novos produtos são mais leves e fáceis de manusear.”



Fonte: Shutterstock

TENDÊNCIAS

Há uma tendência cada vez mais forte em manutenção e reparos em vários segmentos, entre eles, os relacionados à estrutura e às instalações residenciais. Muitos consumidores acreditam que, em épocas de recessão, investir nesse tipo de reparo é mais econômico que comprar um imóvel novo, por exemplo. Por isso, acredita-se que este segmento se mantenha aquecido pelos próximos anos.

Comportamento

Os profissionais de serviços de reparos residenciais são homens, na grande maioria das vezes. Percebe-se, porém, que a atuação das mulheres neste mercado é cada vez mais crescente. Nos dias atuais, entende-se que classificar determinadas funções conforme o gênero dos profissionais não é mais relevante. Muitas mulheres têm apostado nesse tipo de serviço e é importante que os empresários fiquem atentos a isso, pois pode ser considerado um diferencial, principalmente quando os clientes são mulheres chefes de família, que são sozinhas e tendem a ter mais empatia por profissionais do mesmo sexo na hora da contratação deste tipo de serviço.

Gerenciando por aplicativo

Outra tendência na área é a criação de empresas que gerenciam inúmeros tipos de serviços de reparos residenciais por meio de aplicativos, unindo, assim, a tecnologia às suas atividades e criando um meio de comunicação mais fácil e rápido com os seus clientes. A ideia é que as empresas ofereçam pacotes personalizados aos consumidores e cobrem por mensalidade.

Manutenção predial: os serviços de limpeza, segurança e reparos de condomínios prediais são uma demanda crescente para o segmento, uma vez que as moradias em prédios cresceram demasiadamente nos últimos anos, tendo em vista que apresentam custos mais acessíveis e possibilitam o desenvolvimento vertical das cidades. Isso torna possível a oferta de um maior número de moradias, com espaço relativamente menor, se comparado a moradias em casas tradicionais.

Jardinagem: a tendência de humanização e harmonização dos ambientes está relacionada também à onda verde que vem tomando conta da sociedade. Assim, condomínios residenciais, casas, apartamentos, ambientes de trabalho e de lazer necessitam destes serviços. Vale ressaltar que a destinação de investimentos para a ambientação em espaços urbanos vem conquistando maior parcela de gastos, sendo uma interessante opção de negócio.

Marido de aluguel: as franquias do estilo marido de aluguel que prestam pequenos reparos, manutenção e reformas estão em alta desde a década passada e devem continuar ganhando mercado. Além dos serviços prestados para residências, o atendimento personalizado conquista também empresas, que contratam serviços pontuais de baixo custo.

A photograph of two construction workers in a room. One worker is kneeling on the left, wearing a light-colored t-shirt and jeans, using a power tool. The other worker is standing on the right, wearing a dark t-shirt, jeans, and a hard hat, holding a long ruler against a wall. The room has a white wall and a metal shelving unit. The lighting is a mix of warm orange and cool green, creating a high-contrast, industrial feel. The top-left corner of the image is cut off by a diagonal line.

ESTRATÉGIAS DE MERCADO E COMERCIALIZAÇÃO

ESTRATÉGIAS DE MERCADO E COMERCIALIZAÇÃO

As atividades que compõem os serviços de reparos residenciais podem ser agrupadas em quatro etapas:

1. **Levantamento das necessidades:** realizar visita técnica às residências para avaliar o tipo e as condições dos serviços a serem realizados, com o objetivo de estimar a quantidade e qualificação dos recursos humanos necessários, os produtos e equipamentos a serem utilizados, bem como o cronograma e os processos a serem desenvolvidos.
2. **Planejamento:** determinar como os reparos serão executados, adaptando-os às necessidades de cada cliente.
3. **Preparação do local para execução dos serviços:** preparar o local, com a inclusão de equipamentos, suportes, andaimes, etc., para a execução dos reparos;
4. **Supervisão e avaliação:** garantir que os reparos domésticos contratados sejam realizados de acordo com as especificações técnicas.

Peças e componentes eletrônicos

A compra das peças e componentes eletrônicos, segundo as pesquisas, pode ser feita com diversos fornecedores, tanto por meio do *e-commerce* ou por meio de atacados que vendam os produtos em grandes quantidades e com ampla diversidade de fornecedores. As ferramentas e equipamentos utilizados para realizar os consertos são compradas geralmente no mercado local.

Peças importadas

Segundo os empresários, as peças importadas da China não têm qualidade. Afirmam também que a maior dificuldade são os preços de transporte, caros para a região do Nordeste, e os prazos de entrega. Afirmam, ainda, que existem bons insumos no mercado norte-americano, ao qual o empresário brasileiro não tem acesso por causa das dificuldades e limitações para importação.

Palavra do empresário

“Existem alguns varejos em Salvador que também compram destes atacados de São Paulo, mas os insumos acabam ficando muito caros. Comprando direto de São Paulo se consegue um valor até 50% menor, se comprar grandes volumes.”

“As peças nós compramos dos fabricantes, em diversos estados, através do site. São trazidas por transportadora. Outros insumos necessários para o nosso serviço, como chave de fenda, parafuso e oscilador, são comprados no mercado local.”

Processo

Após a visita e o diagnóstico do problema, os técnicos verificam se as peças necessárias para o conserto estão em estoque e, em caso de falta, verificam o tempo de entrega. Essas informações, juntamente com o orçamento, são enviadas aos clientes para aprovação.

Quando aprovado o orçamento e demais informações, é realizado o conserto. Alguns empresários fazem a entrega em domicílio e outros ligam ou enviam e-mail para que o cliente vá buscar o equipamento consertado. A pesquisa verificou que a maioria das empresas do segmento não entrega, mas percebe a importância que esse serviço tem em seu ramo de atuação.

Ameaças identificadas

As ameaças listadas pelos empresários com relação à cadeia dos serviços de reparos são:

- A demora da chegada das peças, que muitas vezes vêm de outros estados ou países, e os custos incidentes sobre esse transporte.
- O fato de muitas peças serem compradas da China, pela facilidade de comércio com esse país, o que faz com que as peças tenham qualidade inferior, o que pode comprometer a vida útil e a qualidade do conserto realizado.
- Dificuldade de mão de obra no estado, uma vez que a indústria da construção civil absorve esses profissionais, oferecendo benefícios que muitos dos pequenos negócios não conseguem oferecer.

Oportunidades

Já as oportunidades da cadeia produtiva são:

- Os fornecedores atacadistas e os distribuidores que vendem as peças e componentes a preços bem atrativos, quando comprados em grandes quantidades. Esse fator pode ser uma oportunidade para as empresas do segmento formarem parcerias para realizar grandes compras juntas e obterem descontos com os fornecedores.
- Fornecedores próximos geograficamente, pois diminuem tanto os custos de transporte quanto o tempo de espera das peças, deixando os serviços finais mais eficientes.
- Coleta e entrega dos equipamentos em domicílio para os clientes (com a ressalva de que isso significa mais dispêndios para a empresa, que deve investir em mão de obra e transporte).

Concorrência

A concorrência no segmento de reparos residenciais é alta, visto que a cartela de serviços oferecidos é ampla e, conseqüentemente, pode ser prestada por diferentes negócios. Mas, devido a esse fato, as oportunidades no setor também são inúmeras, possibilitando que os empresários não concentrem esforços em apenas uma atividade.

Os empresários do segmento pesquisado, em geral, conhecem a concorrência e o que pode substituir seus serviços diretamente. São poucos os concorrentes do mercado que apresentam boa qualidade técnica, recursos e estrutura.

Existem empresas grandes e autorizadas de fabricantes de eletrônicos e também existem os profissionais que atuam sozinhos, como técnicos, que geralmente são ex-funcionários de empresas maiores ou de fabricantes. Esses últimos vêm saindo do mercado, pois, apesar de terem conhecimento técnico, não têm recursos e estrutura.

Segundo os empresários, muitos técnicos independentes acabam deixando o mercado por dificuldades financeiras e por não conseguirem acompanhar as novas tecnologias.

Produto substituto

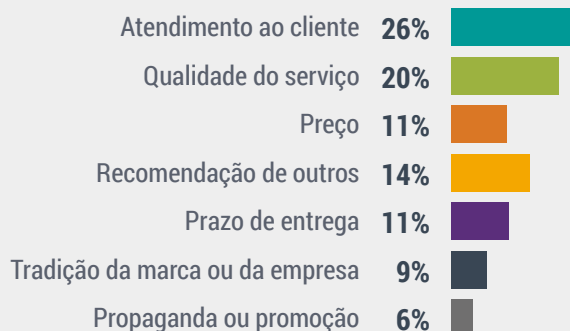
O principal substituto para esse serviço é a oferta de produtos novos para os consumidores, com prazos de pagamento, descontos ou clubes de compra. Ou, ainda, o fato de os fabricantes diminuírem a vida útil dos produtos ao longo do tempo, o que reduz a necessidade de consertar aparelhos, tanto em quantidade quanto em periodicidade. Esse fato também pode ocorrer se os custos do conserto forem muito altos, devido aos impostos e aos preços de peças ou componentes importados.

ESTRATÉGIAS DE DIFERENCIAÇÃO

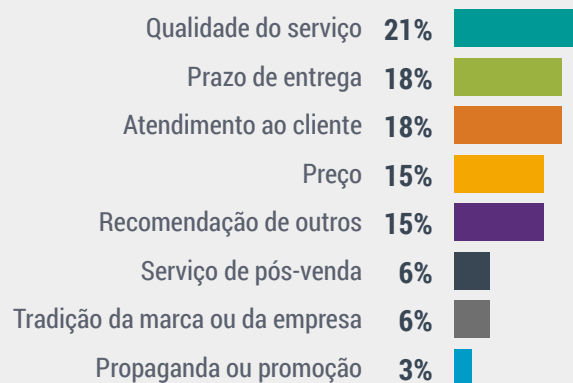
As estratégias de diferenciação que os empresários utilizam para se destacar dos concorrentes são direcionadas principalmente à qualidade do produto e ao serviço prestado no atendimento ao cliente. Os empresários elencaram os três atributos que consideram mais importantes para atrair seus clientes.

Têm destaque os atributos de “qualidade do serviço”, “atendimento ao cliente” e “preço”, que foram os mais citados nas três classificações. Também a disponibilidade e o prazo de entrega aparecem como muito importantes para o segmento.

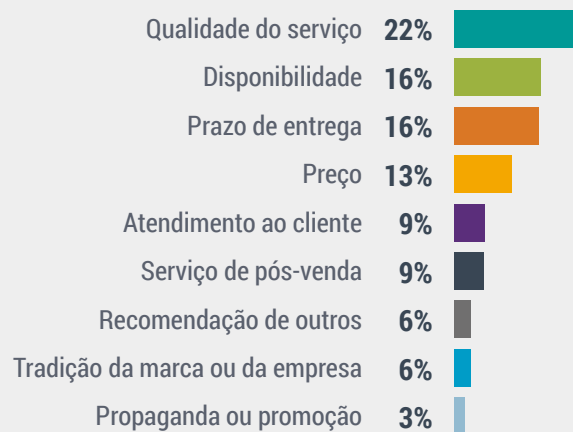
Atributo mais importante



Segundo atributo mais importante



Terceiro atributo mais importante



Fonte: Shutterstock

Principais municípios produtores

As empresas pesquisadas situam-se, majoritariamente, nas cidades de Salvador, Feira de Santana e Barreiras.

Salvador	40%
Feira de Santana	17%
Barreiras	11%
Itabuna	6%
Lauro de Freitas	6%
Vitória da Conquista	6%
Alagoinhas	3%
Eunapolis	3%
Ilhéus	3%
Juazeiro	3%
Porto Seguro	3%

Para o segmento, as melhores oportunidades estão localizadas nos municípios mais populosos e com maior poder de compra, visto que as famílias com maior poder aquisitivo são mais consumidoras de equipamentos e eletrodomésticos. Porém, não se exclui desse público-alvo as regiões com menores rendas, que constituem um bom mercado. Nesses locais, lá há pessoas com mais tendência a consertar e reparar seus equipamentos em vez de adquirir novos.

Características das empresas pesquisadas

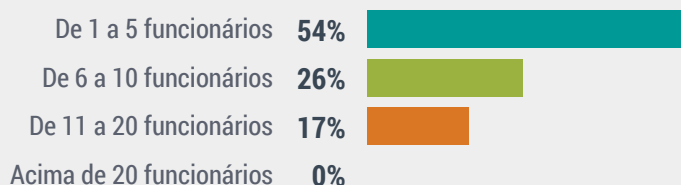
- As empresas pesquisadas possuem de nove a 15 anos de mercado.
- São de Salvador, da Região Metropolitana e Feira de Santana
- O número de funcionários varia entre 3 e 15.
- As empresas do segmento normalmente estão instaladas em casas alugadas ou lojas comerciais.
- O motivo da escolha do negócio foi por herança familiar ou por identificação da demanda da região.

Segundo o [Relatório de contas nacionais](#) do IBGE, de 2011, os municípios baianos com maior PIB são Salvador, Camaçari, Feira de Santana, Candeias e Simões Filho. As cidades mais populosas do estado são Salvador, Feira de Santana, Vitória da Conquista, Camaçari e Itabuna, formando as principais regiões para oportunidades do mercado consumidor de reparos residenciais.

Capacidade produtiva e de vendas das empresas que atuam nesse ramo

A média de funcionários das empresas pesquisadas é de sete e todas operam com um quadro de funcionários de um até 20.

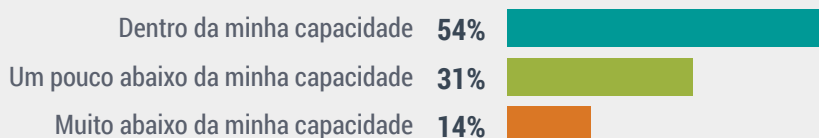
Quantidade de funcionários



O volume de serviços num mês típico é, em média, de **206 unidades consertadas**. Esse volume varia de cinco a 1.200 unidades entre as empresas pesquisadas. Os menores volumes correspondem a equipamentos ou consertos maiores, como reparos em poços artesianos e em redes elétricas residenciais.

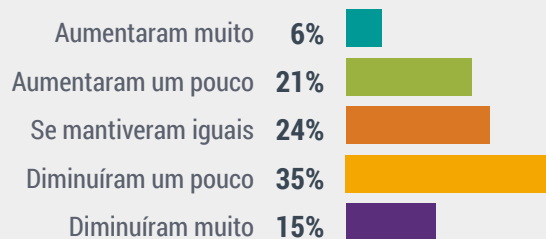
A relação entre demanda e capacidade de atendimento máxima é um pouco diversa entre as empresas pesquisadas. A maioria das empresas afirmou que está operando dentro da sua capacidade de atendimento e que a demanda não ultrapassa sua capacidade máxima atualmente. Pelo contrário, mais de 40% afirmaram que a demanda atual é menor que a capacidade máxima de atendimento da empresa.

Demanda atual em relação à capacidade de atendimento da empresa



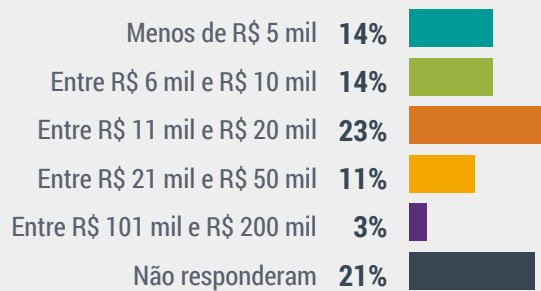
Em comparação com 2015, metade das empresas afirmam que os investimentos diminuiram, em pouca ou muita proporção. Uma parcela de 24% afirma que os investimentos em capacidade produtiva ou para atendimento têm se mantido iguais. Boa parte das empresas afirmam que os seus investimentos aumentaram um pouco.

Investimentos em capacidade produtiva ou em atendimento do negócio em comparação a 2015



Os valores investidos pelos empresários em capacidade produtiva ou para atendimento variam bastante entre as empresas pesquisadas. A maioria (51%), porém, concentra-se em valores até R\$ 20 mil.

Valor investido na empresa em capacidade produtiva ou em atendimento em 2015



Fonte: Shutterstock

ATENÇÃO, EMPRESÁRIOS! CONHEÇA AS PRINCIPAIS FONTES DE APOIO AO SETOR

- O **governo do Estado da Bahia** incentiva o desenvolvimento e o fortalecimento do segmento por meio de ações da Agência de Fomento do Estado da Bahia ([Desenbahia](#)), que apoia as empresas, atuando como repassadora financeira do BNDES no estado.
- A **Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDE)** apoia o desenvolvimento do setor de [serviços](#), para fortalecer sua posição estratégica na região Nordeste, estimulando os encadeamentos produtivos oportunizados pelos grandes investimentos em curso, com uma ação direcionada às micro e às pequenas empresas.
- O **Banco do Nordeste** oferece uma linha específica para [Microempresas e Pequenas Empresas](#). Com a intenção de apoiar o desenvolvimento dos pequenos negócios e da região, são oferecidos alguns produtos:
 - a. **Capital de giro**: soluções financeiras para o dia a dia do negócio.
 - b. [Financiamentos](#): as menores taxas e os maiores prazos do mercado.
 - c. [Crédito Comercial](#): trata da antecipação de recursos para aumentar o saldo em caixa.
 - d. [Crédito para facilitar](#): soluções financeiras para o dia a dia da empresa.
 - e. [Investimentos](#): aplicações com maior rentabilidade.
 - f. [Seguridade e serviços](#): a segurança do banco a favor da empresa.
 - g. [Fórum permanente MPE](#): contribui para o melhor atendimento às MPE.

AÇÕES RECOMENDADAS

- Acessar o material desenvolvido pelo Sebrae: [Como montar um serviço de reparos residenciais](#). Ele apresenta com detalhes as etapas necessárias para a montagem de um pequeno negócio de reparos residenciais.
- Conhecer as empresas que oferecem franquias no segmento, acessando a [Associação Brasileira de Franchising](#).
- Procurar associações do setor ou instituições regionais, como o Sebrae, para entender como a empresa pode se unir a outras do segmento a fim de requisitar crédito para investimentos e também para negociar com os fornecedores em maior escala, podendo diminuir bastante os custos com as peças, ferramentas e componentes utilizados nos consertos, ou mesmo com o transporte dos produtos comprados por várias empresas. A união do segmento pode também representar maiores investimentos em capacitação da mão de obra na região.
- Trabalhar sempre com fornecedores que emitem a nota fiscal dos produtos, a fim de não incentivar aqueles que trabalham com origem duvidosa e que mantêm uma concorrência de preços desleal no mercado.
- Conhecer a demanda, a sazonalidade e os consumidores, a fim de realizar compras planejadas. Assim, é possível diminuir, em parte, a espera por peças que são mais comuns em determinados tipos de conserto ou em determinadas épocas do ano.
- Ficar atento à qualificação da mão de obra, oferecendo cursos técnicos e incentivando os colaboradores a permanecerem sempre atualizados. O atendimento também é muito importante no setor de serviços, portanto deve haver treinamento para todos os colaboradores.
- Procurar as organizações regionais do setor para saber como elas podem ajudar a desenvolver a sua empresa.



TRILHAS DE ATENDIMENTO

TRILHAS DE ATENDIMENTO

Com base nas ações necessárias para o desenvolvimento da prestação de serviços de reparos residenciais, foi estabelecido o conjunto de soluções do Sebrae para cada um dos grupos prioritários selecionados.

Trilhas de atendimento Sebrae/BA				
Nome do segmento	O caso deste segmento é ilustrado por empresas prestadoras de serviços de reparos residenciais. Esses negócios atendem tanto o mercado B2B quanto o B2G.			
Setor: segmento	Correlação de foco entre portes e mercado			
Comércio e Serviços: reparos residenciais		B2C (entre empresa e consumidor, utilizando e-commerce)	B2B (entre empresas)	B2G (entre empresa e governo)
	Microempreendedor Individual (MEI)	x	x	x
	Microempresa (ME)	x	x	x
	Empresa de Pequeno Porte (EPP)	x	x	x
	Produtor Rural (PR)	Não possui	Não possui	Não possui
Premissas básicas para acesso ao mercado				
Premissas básicas	Desafios	Soluções Empresariais	Soluções Sebrae	Classificação (Essencial ou Recomendável)
Logística (Armazenamento, Distribuição, Capacidade de Produção e Atendimento)	A logística deve ser um desafio a ser superado atualmente, devido à distância de bons fornecedores de peças, ela se torna processo fundamental para o atendimento.	Buscar parcerias com outros empresários, para dividir as cargas e os custos, garantindo a qualidade do transporte.	Oficina SEI – Unir forças para melhorar, Praticando o associativismo, Na medida.	Recomendável
Política de comercialização	Preço da matéria-prima e da carga tributária.	Diminuir custos e despesas com outros procedimentos, a fim de repassar um valor menor ao cliente e aumentar o volume de negócios.	Sebrae Mais – Gestão Financeira, Programa SEI – Formar preço, Programa Na medida.	Essencial
Análise SWOT e Concorrência	Falta de mão de obra qualificada e alta inadimplência.	Oferecer capacitação na área ou processo específico, além de buscar instituições parceiras em treinamento, como o Sebrae e o Senai.	Jovens empreendedores – Primeiros passos Programa nacional de educação empreendedora, Pronatec.	Essencial
Tecnologia	Tecnologias para obter escalabilidade e acessibilidade na produção e promoção dos serviços.	Buscar apoio em linhas de financiamento ou associações para investir em tecnologia ou atuar com fornecedores que ofereçam suporte tecnológico.	Sebrae Mais – Orientações em compras e estoques, Implantação de código de barras, Sebraetec.	Essencial

Mercado				
Acesso a mercado	Desafios	Soluções Empresariais	Soluções Sebrae	Classificação (Essencial ou Recomendável)
Venda pessoal	Listar contatos primários para venda dos produtos.	Participar de feiras e eventos da área para ampliar a rede de relacionamento.	Acesso a feiras e missões técnicas empresariais, Sebrae Mais – Orientações em vendas, Programa SEI – Como atender para vender mais, Como divulgar o seu negócio, Programa SEI– Atraindo clientes através de sua marca, Programa SEI.	Essencial
Propaganda e publicidade	Realizar ações de divulgação dos produtos.			Essencial
Inovação e Diferenciação				
Inovação		Soluções empresariais	Soluções Sebrae	
Aplicativos para abertura de demandas de serviços		Inovar no formato de comunicação com o público-alvo e com seus fornecedores utilizando a tecnologia a seu favor.	A importância da embalagem nos seus negócios, Programa SEI, Sebrae Mais – Gestão da Inovação, Sebraetec, Sebrae Mais – Gestão da inovação.	
Softwares de gestão integrada		Melhorar a capacidade de gestão das empresas para torná-las mais competitivas no mercado.		
Novos maquinários		As peças utilizadas para a prestação do serviço devem ser as mais atualizadas e modernas, facilitando o trabalho e qualificando o serviço prestado.		

Referências

BAHIA. Secretaria de Desenvolvimento Econômico. **Bahia em números**. 2016. Disponível em: <<http://www.sde.ba.gov.br/Pagina.aspx?pagina=abahiaemnumeros>>. Acesso em: 21 set. 2016

BAHIA. Secretaria de Desenvolvimento Econômico. **Comércio e Serviços**. 2016. Disponível em: <<http://www.sde.ba.gov.br/pagina.aspx?pagina=comercioeservicos>>. Acesso em: 21 set. 2016.

BANCO DO NORDESTE (Bahia). **Micro e Pequenas Empresas**: apresentação. 2016. Disponível em: <<http://www.bnb.gov.br/mpe>>. Acesso em: 21 set. 2016.

BARROS, Rafaella. **Franquias do ramo de casa e construção crescem 13% e abrem portas para empreendedores**. 2016. Disponível em: <<http://extra.globo.com/emprego/franquias-do-ramo-de-casa-construcao-crescem-13-abrem-portas-para-empreendedores-20424808.html#ixzz4TKGwrd5c>>. Acesso em: 21 dez. 2016.

CAPOZOLI, Rosangela. **Pequenos reparos em casa movimentam o mercado**. 2016. Disponível em: <<http://drfz tudo.com.br/blog/2016/03/31/pequenos-reparos-em-casa-movimentam-o-mercado/>>. Acesso em: 21 dez. 2016.

CASAGRANDE, Marcelo. **Franquias que apostam no modelo de prestação de serviços de pequenos reparos residenciais e comerciais ganham cada vez mais espaço**. Revista Gestão e Negócios. Disponível em: <<http://revistagestaoenegocios.uol.com.br/gestao-motivacao/57/artigo293416-1.asp/>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

FRANQUIAS resolvem problemas para pequenos reparos em casas. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2011/03/franquias-resolvem-problemas-para-pequenos-reparos-em-casas.html>>. Acesso em: 21 set. 2016.

INTERCORES. **Em meio à crise, itens para reformas de casa levantam as vendas de materiais de construção**. 2016. Disponível em: <<https://intercorestintas.com.br/em-meio-crise-itens-para-reformas-de-casa-levantam-as-vendas-de-materiais-de-construcao/>>. Acesso em: 21 dez. 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (Org.). **Produto Interno Bruto dos municípios 2011**. 41. ed. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2013. 107 p. (Contas Nacionais). Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv67269.pdf>>. Acesso em: 21 set. 2016

FONSÊCA, Adilson. **Reforma de casas aquece as vendas de materiais de construção**. 2016. Disponível em: <<http://www.tribunadabahia.com.br/2016/12/19/reforma-de-casas-aquece-as-vendas-de-materiais-de-construcao-2>>. Acesso em: 21 dez. 2016.

LUQUET, Mara (Org.). **Pesquisa do Sebrae aponta os ramos de negócio mais promissores na crise**. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2016/01/pesquisa-do-sebrae-aponta-os-ramos-de-negocio-mais-promissores-na-crise.html>>. Acesso em: 21 set. 2016.

NAKAMURA, Juliana. **Mulheres assumem ferramentas, fazem consertos e dão dicas sobre reparos**. Estilo UOL. Disponível em: <<http://estilo.uol.com.br/casa-e-decoracao/noticias/redacao/2016/02/02/mulheres-assumem-ferramentas-fazem-consertos-e-dao-dicas-sobre-reparos.htm>> . Acesso em: 21 dez. 2016.

PIMENTA, Marcelo. Empresa faz gerenciamento de reparos residenciais via aplicativo mobile. Business Ideias. Disponível em: <<http://businessideas.com.br/empresa-faz-gerenciamento-de-reparos-residenciais-via-aplicativo-mobile/#prettyPhoto>> . Acesso em: 21 dez. 2016.

PLANALTO, Portal. Cartão **Reforma vai aquecer comércio de materiais de construção, afirma Temer**. 2016. Disponível em: <<http://www2.planalto.gov.br/acompanhe-planalto/noticias/2016/11/cartao-reforma-vai-aquecer-comercio-de-materiais-de-construcao-afirma-temer>> . Acesso em: 21 dez. 2016.

SEBRAE. Como montar um serviço de reparos residenciais. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-servico-de-reparos-residenciais,3f687a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD#naveCapituloTopo>> . Acesso em: 21 set. 2016.