



5 JIIC

JORNADA DE INTEGRAÇÃO
E INICIAÇÃO CIENTÍFICA



UNISERVI: SERVIÇOS PARA O DIA-A-DIA DA SUA CASA

Jhonatan Fernandes 1
João Lucas Oliveira 2
Lucas Montagnini de Moraes 3
Vinicius Biedacha 4
Winicius Grah 5
Monica Abreu 6

INTRODUÇÃO

Existe um paradoxo sobre a sustentabilidade econômica, onde entende-se que existe uma impossibilidade ao crescimento econômico a longo prazo, visto que os recursos são limitados e que a capacidade de carga da terra não poderá ser ultrapassada sem que ocorra grandes catástrofes sociais e ambientais. (BARBIERI E CAJAZEIRA, 2009) Durante a conferência sobre o Meio Ambiente Humano em 1972, Gandhi disse que *vários problemas ambientais eram resultados da falta de desenvolvimento econômico, e não de seu excesso. Em 2015 As Nações Unidas definiram os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) como parte de uma nova agenda de desenvolvimento. O economista americano, Herman Daly, propõe que uma economia em desenvolvimento sustentável adapta-se e aperfeiçoa-se em conhecimento, organização, eficiência técnica, e sabedoria; ela faz isso sem assimilar ou acrescentar uma porcentagem cada vez maior de matéria-energia do ecossistema para si.*

ODS 8 – Trabalho decente e Crescimento econômico



Fonte. ONU (2018)

OBJETIVO

O objetivo desta pesquisa é criar uma plataforma web que conecte prestadores de serviços nichados a potenciais clientes. Promovendo experiências sociais, oferecendo oportunidades aos parceiros para que cresçam pelo seu próprio esforço além de solucionar com agilidade os problemas e demandas da sociedade com serviços selecionados..

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento desta proposta são necessárias quatro etapas: i) validação do problema; ii) validação da solução; iii) construção de modelo de negócios; iv) apresentação do negócio (pitch).

Neste pôster está sendo apresentada a primeira etapa do projeto: validação do problema. Para validar a problemática escolhida foram percorridas as seguintes fases:

- pesquisa sobre o mercado;
- entrevista com potenciais clientes;
- identificação do problema dos clientes potenciais;
- construção de uma lista dos principais problemas;
- elaboração de mapa de empatia.

DESENVOLVIMENTO

“Nessa vida “agorista” dos indivíduos da era dos consumidores, o prazer não é ter mais para o futuro. O uso, agora, é imediato, o que se compra, se usa no mesmo instante” BAUMAN, Zygmunt. (2008)

Tendo vista os conceitos de economia compartilhada, a situação de desemprego nacional e o crescimento de profissionais autônomos prestadores de serviços buscando um aumento de renda e melhores condições de trabalho. Temos como proposta para um melhor desenvolvimento econômico e social, unir serviços presentes no dia a dia individual de potenciais clientes à necessidade do consumidor por gratificação instantânea e conhecimento de forma flexível e adaptativa, além de dar suporte para parceiros prestadores de serviços o ajudando a adaptar-se e aperfeiçoar-se em conhecimento, organização, eficiência técnica, e sabedoria.

Figura 1. Logo



Fonte. Os autores.

Durante as pesquisas de público, enviamos um formulário com perguntas que visaram entender qual a maior necessidade de serviços terceirizados e como os aplicativos influenciam nessas necessidades. Ao entrevistar mais de 30 pessoas, foi contatado que a maior parte dos consumidores pertencem as classes A e B, buscando serviços preferencialmente para casa, automóveis, pet e beleza. Tendo como maior aspiração a qualidade do serviço e o bom atendimento, por outro lado, temos como desafio enfrentar em conjunto os medos de nossos possíveis consumidores, a segurança e a confiança de se pedir um prestador de serviço online. Para um maior entendimento dos concorrentes, realizamos um Benchmark dos principais aplicativos que oferecem serviços a nível nacional. Constatamos problemas sérios na qualidade do serviço, atendimento ao consumidor e transparência, além da demora no atendimento, muitas vezes não chegando a lugar nenhum por falta de interesse dos prestadores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS (obrigatório).

Após a validação com o público, Iniciamos a concepção da proposta de valor e MVP, buscando melhorias e diferenciais dentre as opções existentes no mercado para contratação de prestadores de serviço, garantido uma maior interação, comunicação e confiança entre o mundo UniServi.

1 Titulação: Graduando em Administração. Instituição atual: Faculdade Cesusc. e-mail: jhonatansatiro@gmail.com
2 Titulação: Graduando em Administração. Instituição atual: Faculdade Cesusc. e-mail: joaolucasgugli@gmail.com
3 Titulação: Graduando em Administração. Instituição atual: Faculdade Cesusc. e-mail: montagmoraes@gmail.com
4 Titulação: Graduando em Administração. Instituição atual: Faculdade Cesusc. e-mail: viniciusbiedacha1995@gmail.com
5 Titulação: Graduando em Administração. Instituição atual: Faculdade Cesusc. e-mail: winigrah@gmail.com
6 Professora Mestre. Faculdade Cesusc; e-mail: Monica Abreu <monica_deabreu@hotmail.com>

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBIERI e CAJAZEIRA. *Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável : da teoria à prática*. São Paulo, Saraiva. 2009
BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008