



**LORENA KELLY ROMÃO**

**EXECUÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO SETOR  
ADMINISTRATIVO E COMERCIAL EM UMA  
CONSTRUTORA CIVIL**

**LAVRAS – MG**

**2019**

**LORENA KELLY ROMÃO**

**EXECUÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO SETOR ADMINISTRATIVO E  
COMERCIAL EM UMA CONSTRUTORA CIVIL**

Relatório de estágio supervisionado  
apresentado à Universidade Federal de Lavras,  
como parte das exigências do Curso de  
Administração, para obtenção do título de  
Bacharel.

Prof.º Dr. André Luis Ribeiro Lima

Orientador

Prof.º Dr. José Willer do Prado

Coorientador

**LAVRAS - MG**

**2019**

**LORENA KELLY ROMÃO**

**EXECUÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO SETOR ADMINISTRATIVO E  
COMERCIAL EM UMA CONSTRUTORA CIVIL**

Relatório de estágio supervisionado  
apresentado à Universidade Federal de Lavras,  
como parte das exigências do Curso de  
Administração, para obtenção do título de  
Bacharel.

APROVADA em \_\_\_de \_\_\_\_\_ de 2019

Dr. André Luis Ribeiro Lima UFLA

Dr. José Willer do Prado UFLA

---

Prof.º Dr. André Luis Ribeiro Lima

Orientador

LAVRAS-MG

2019

## **AGRADECIMENTOS**

Mais um passo é dado na longa caminhada da vida e esta é mais uma fase que se encerra. Durante toda essa jornada tive oportunidades que me trouxeram muitos conhecimentos e experiências, os quais levarei comigo para sempre. Foram momentos de alegrias, tristezas, conquistas, frustrações, diversões, mas também estresse. Conheci muitas pessoas, fiz muitos amigos, diversas parcerias e aprendi muitas lições, o que resultou em um enorme crescimento pessoal e profissional. É chegada, então, a hora de agradecer a todos que me incentivaram e contribuíram para estar onde estou agora.

Agradeço aos meus amados pais, Carlos e Gina, por todo apoio, paciência, dedicação e amor, sou grata a vocês por ser quem eu sou. Amo e admiro muito vocês. Aos meus irmãos, Dudu e André, por estarem sempre ao meu lado em todos os momentos; a todos os meus familiares que são minha base e que torceram por mim o tempo todo; aos meus amigos, que de alguma forma me incentivaram muito para eu nunca desanimar. Agradeço, ainda, aos meus mestres, que com toda dedicação e amor à profissão, nos passaram seus conhecimentos e experiências; em especial ao meu orientador André Luis Ribeiro Lima e meu coorientador José Willer do Prado. Finalmente, obrigada, meu Deus, pela minha vida, por me dar sabedoria e por me permitir estar aqui hoje para agradecer a mais essa conquista.

**GRATIDÃO ETERNA A TODOS!**

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1</b> - Time CGP Atlético Clube.....	10
<b>Figura 2</b> - Logos dos principais clientes.....	11

## **LISTA DE SIGLAS**

DEOP – MG - Departamento de Obras Públicas de Minas Gerais;

IEPHA – MG - Instituto Estadual de Patrimônio Histórico de Minas Gerais

PBQP - Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Habitat;

UFLA - Universidade Federal de Lavras;

5W3H – WHAT, WHY, WHEN, WHO, WHERE, HOW, HOW MUCH e HOW MEASURE.

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> - Agrupamento das atividades desenvolvidas.....	13
<b>Tabela 2</b> - Observações sobre as visitas aos empreendimentos.....	18
<b>Tabela 3</b> - Oferta de imóveis .....	20
<b>Tabela 4</b> - Reserva de apartamentos .....	21

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1. Histórico da empresa .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2. Política de Qualidade.....</b>	<b>9</b>
<b>2.3. Responsabilidade Social .....</b>	<b>10</b>
<b>2.4. Principais Clientes .....</b>	<b>10</b>
<b>2.5. Serviços .....</b>	<b>11</b>
<b>2.5.1. Construção .....</b>	<b>11</b>
<b>2.5.2. Reforma/Restauração.....</b>	<b>12</b>
<b>2.5.3. Administração de Obras .....</b>	<b>12</b>
<b>3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....</b>	<b>13</b>
<b>4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS .....</b>	<b>15</b>
<b>4.1 Contato e desenvolvimento de clientes potenciais .....</b>	<b>15</b>
<b>4.2 Coordenação dos corretores .....</b>	<b>16</b>
<b>4.3 Elaboração de relatórios semanais: .....</b>	<b>17</b>
<b>4.4 Inteligência de Mercado .....</b>	<b>19</b>
<b>4.5 Elaboração e manuseio de programas do pacote office .....</b>	<b>20</b>
<b>4.6 5W3H .....</b>	<b>22</b>
<b>4.7 Tarefas administrativas gerais: .....</b>	<b>22</b>
<b>5 SUGESTÕES AOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS.....</b>	<b>23</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>25</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>27</b>
<b>APÊNDICE A .....</b>	<b>28</b>
<b>APÊNDICE B.....</b>	<b>28</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Toda organização, seja ela pública ou privada, precisa ser administrada para que haja harmonia entre os diversos papéis e funções, como patrões, funcionários, prestadores de serviços, clientes etc. Sendo assim, é imprescindível que em toda empresa a área administrativa esteja presente. Para tanto, há o setor administrativo, em que há a contabilidade, os Recursos Humanos, o Faturamento, os Livros Fiscais, o Controle Patrimonial e a Importação; o setor comercial, responsável pelas vendas, pelo marketing e propaganda; o Financeiro, responsável pelas contas a pagar, a receber e pelos Bancos, tesouraria, orçamento e custos, análise de crédito e cobrança, relações com mercado etc..

Podemos definir a organização como uma instituição social, composta por duas ou mais pessoas trabalhando em cooperação para alcançar determinados objetivos ou metas comuns. Ela é projetada como sistema de atividades e autoridade, estruturada e coordenada, atuando de forma interativa onde está inserida (SPAREMBERGER, 2008, p. 13).

Um ramo da sociedade muito importante para a economia e, conseqüentemente, para o desenvolvimento de um país é o da construção civil. Esse setor gera renda, emprego, produção, impostos etc., como afirmam as autoras Luciene Teixeira e Fátima Carvalho, a indústria da construção civil produz infraestrutura econômica por meio da instalação de portos, ferrovias, rodovias, sistemas de irrigação, energia e comunicação, dentre outros, serviços sem os quais as atividades primárias, secundárias e terciárias não podem funcionar adequadamente. Elas explicam também que o desempenho do setor facilita o desenvolvimento de uma grande variedade de outras atividades econômicas e que estes serviços são mantidos pela administração pública ou por agentes privados sujeitos à fiscalização pública e se caracterizam pela indivisibilidade técnica e por uma alta relação capital-produção (TEIXEIRA; CARVALHO. 2005, p. 11)

Especificamente, este relatório traz observações e análises relacionados à atuação administrativa na área comercial, “que tem como objetivo a obtenção de recursos financeiros para manter o negócio em operação”, de uma empresa do ramo da construção civil da cidade de Lavras - MG. No entanto, apesar de o produto vendido ser apartamentos, a empresa conquista mais recursos com licitações.

A organização se faz da seguinte maneira: há esta introdução; em seguida, há a descrição do local de estágio; logo após apresenta-se a descrição das atividades desenvolvidas; a descrição dos processos técnicos; sugestão de melhoria e, por fim, as considerações finais.

## **2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO**

As atividades foram desenvolvidas no setor administrativo e comercial em uma empresa, com sede em Lavras, Minas Gerais. O foco da empresa é prestar serviços de Engenharia na Área de construção Civil; possuindo vasto acervo que contempla as seguintes áreas: edificações industriais, residenciais, comerciais, escolares e hospitalares; obras públicas em geral; praças poliesportivas; projetos de loteamentos, de urbanização, de água e de esgoto e de águas pluviais; restaurações de bens tombados pelo patrimônio histórico; obras e projetos de saneamento básico; reformas em geral.

### **2.1. Histórico da empresa**

As atividades da Construtora Gomes Pimentel foram iniciadas em 20 de outubro de 1991, com o objetivo principal de prestar serviços de Engenharia na área de construção Civil. Passados mais de 25 anos de atuação na região de Minas Gerais, a empresa atualmente possui um vasto acervo técnico, o qual contempla diversas áreas da Engenharia. O *know-how* da empresa foi construído para atender demandas da iniciativa privada e pública, dos governos municipal, estadual e federal.

A empresa conta com mais de 150 funcionários, sendo 15 do quadro administrativo/gerencial e 135 da área operacional.

### **2.2. Política de Qualidade**

Executar serviços e entregar produtos de qualidade, atendendo às expectativas dos clientes e colaboradores e contribuindo de forma sustentável ao desenvolvimento da sociedade faz parte da política de qualidade da Construtora. Isso para que os resultados sejam a perpetuação da empresa no mercado e também o crescimento e valorização das pessoas envolvidas.

Como garantia dos trabalhos prestados, hoje a empresa é qualificada com o Certificado no Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Habitat – PBQP e Certificado ISO 9001.

### 2.3. Responsabilidade Social

Segundo informações presentes no site da empresa, um clube de futebol foi criado. Essa iniciativa faz parte da responsabilidade social, já que por estar inserida na comunidade é seu papel proporcionar, de alguma maneira, bem-estar às famílias. O CGP Atlético Clube (FIGURA 1), fundado em 2011 com diretrizes pré-estabelecidas em formar atletas pertencentes à comunidade e região, oferece aos jogadores, que não têm dispêndio financeiro, estrutura médica, alimentação, moradia, transporte para os jogos e eventos, hospedagem, quando necessário, seguro pessoal, além de ajuda com cesta básica à família dos atletas. Desde sua criação, o CGP Atlético Clube participou de todas as edições do campeonato mineiro infantil e juvenil.

**Figura 1-** Time CGP Atlético Clube



**Fonte:** Site Construtora Gomes Pimentel

A empresa, assim, possibilita, por meio do esporte, que esses jovens tenham uma vida digna e possam ascender socialmente.

### 2.4. Principais Clientes

A Construtora Gomes Pimentel tem como principais clientes o Departamento de Obras Públicas de Minas Gerais (DEOP - MG); a mineradora Ferrous; o Grupo Delp; o Instituto Estadual de Patrimônio Histórico de Minas Gerais (IEPHA - MG); a Pró-Ambiental Soluções em resíduos; e a Universidade Federal de Lavras (UFLA), a Acero Agronegócios; a Copasa e a Companhia MINASLIGAS.

**Figura 2** - Logos dos principais clientes



**Fonte:** Site da Construtora Gomes Pimentel

A empresa executa obras de construção e reforma de unidades residenciais, comerciais, também projetos de restauração de bens tombados pelo patrimônio Federal, Estadual e Municipal. Além disso, administra sua obra, seja ela de construção, reforma ou restauração, fazendo toda a gestão.

## 2.5. Serviços

Nesta subseção apresentam-se os serviços executados, de construção, reforma/reconstrução e administração de obras, pela construtora Gomes Pimentel.

### 2.5.1. Construção

A empresa já realizou mais de 40 construções, sendo elas em Lavras e região. A execução de obras de construção equivale a unidades residenciais, comerciais, hospitalares,

educacionais, dentre outras. A responsabilidade da empresa engloba todo o processo construtivo, desde a análise dos projetos até a entrega da obra, como também o apoio à manutenção.

### **2.5.2. Reforma/Restauração**

Além de executar obras de construção, a empresa executa também obras de reforma de unidades residenciais, comerciais, hospitalares, educacionais, dentre outras e também projetos de restauração de bens tombados pelo patrimônio Federal, Estadual e Municipal. A responsabilidade também engloba todo o processo executivo dos serviços, desde a análise dos projetos até a entrega da obra, como também o apoio à manutenção.

Uma importante reforma feita pela construtora foi a restauração de uma fazenda de mais de 300 anos, localizada na BR 383, no caminho para São João Del Rey. A importância se dá devido a fazenda fazer parte da história da Inconfidência Mineira.

### **2.5.3. Administração de Obras**

A própria empresa administra sua obra, seja ela de construção, de reforma ou de restauração. A gestão é feita completamente pela empresa, o que garante maior produtividade e qualidade desde a análise dos projetos até a efetiva conclusão da obra, uma vez que o *know-how* é utilizado a seu favor.

Alguns dos empreendimentos da construtora são o GARDEN 430, o VOLPI e o GIORGIO MORANDI.

### 3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Durante o período de abril de 2019 a julho de 2019 foram desenvolvidas atividades na área comercial, o que contribuiu para a implementação de melhorias significativas no relacionamento da empresa com os clientes. Para melhor visualização das atividades desenvolvidas, elas foram divididas em macroestruturas e apresentadas abaixo na tabela Agrupamento das atividades desenvolvidas (TABELA 1).

**Tabela 1-** Agrupamento das atividades desenvolvidas

<b>ATIVIDADES REALIZADAS</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>HORAS TOTAIS</b>
<b>Contato e desenvolvimento de clientes potenciais</b>	Execução da fase inicial da negociação com clientes potenciais de apartamentos, com posterior seleção e direcionamento aos corretores.	134
<b>Coordenação dos corretores</b>	Acompanhamento da performance dos corretores de acordo com o desenvolvimento de cada negociação com clientes potenciais.	80
<b>Relatórios semanais</b>	Descrição da situação do mercado imobiliário de Lavras com base na perspectiva individual dos corretores parceiros.	70
<b>Inteligência de Mercado</b>	Levantamento de ofertas de apartamentos semelhantes aos que a empresa oferta atualmente.	50
	Levantamento do valor de aluguéis de cômodos comerciais na cidade de Lavras.	50
<b>Elaboração e manuseio de programas do pacote office</b>	Atualização constante de planilhas do excel e de documentos em word.	90
<b>5W3H</b>	Criação de um plano de marketing para um futuro empreendimento, utilizando a ferramenta 5w3h.	50
<b>Tarefas administrativas gerais</b>	Atendimento ao telefone e ao público externo.	100
<b>TOTAL</b>		624

**Fonte:** Elaborada pela autora

As funções desempenhadas se destacaram por impactar positivamente a organização em razão de melhorias implementadas pela graduanda, as quais foram elaboradas com base nos conhecimentos teóricos adquiridos nas disciplinas cursadas, na experiência conquistada com atividades extracurriculares e no senso crítico diante das tomadas de decisões rotineiras.

## **4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS**

Nesta seção, há a descrição dos processos técnicos apresentados na tabela da seção anterior, bem como a análise feita pela estagiária. Portanto, descreveu-se e analisou-se o contato e desenvolvimento de clientes potenciais; a coordenação dos corretores; os relatórios semanais; a inteligência de mercado; a elaboração e manuseio de programas do pacote Office; a ferramenta 5W3H e as tarefas administrativas gerais.

### **4.1 Contato e desenvolvimento de clientes potenciais**

Esta atividade está relacionada à execução da fase inicial da negociação com clientes potenciais de apartamentos, com posterior seleção e direcionamento aos corretores. Houve acompanhamento da performance dos corretores de acordo com o desenvolvimento de cada negociação com clientes potenciais.

Os clientes da referida empresa são uma das fontes de recursos. Visto isso, é de suma importância o contato direto e constante. Apesar de os clientes, de maneira geral, possuírem perfis diferentes, o contato maior nesta experiência foi com aqueles que procuravam imóvel para comprar, mais especificamente apartamentos. Esses clientes foram chamados de potenciais porque demonstraram algum tipo de interesse, através dos diferentes meios de comunicação, em que, primeiramente, há o contato inicial, para a apresentação do empreendimento; caso seja do interesse desse cliente um corretor é acionado, o qual deve efetivar a negociação. Assim sendo, uma visita para que o cliente conheça o empreendimento é agendada e, posteriormente, caso haja retorno positivo, é feita uma simulação para saber também se ele possui condições financeiras para adquirir o imóvel, já que são investimentos altos (mais de 300.000), o que possibilita inferir que são pessoas pertencentes à classe média alta. A compra pode ser efetuada a partir do pagamento de 20% do valor total de entrada e o restante, de 80%, pode ser parcelado em até 35 anos. A comunicação acontece de maneira constante e diária, para não perder o vínculo e não “esfriar” as negociações.

O atendimento é feito através do telefone e também de forma presencial. A política da empresa é atender da melhor e mais eficiente maneira, a fim de alcançar a satisfação. A partir do acompanhamento de alguns corretores em visitas ao empreendimento, junto ao cliente, percebeu-se que, a depender do interesse, nem sempre o atendimento é eficiente, visto que ocorreu de o corretor não mostrar todos os apartamentos; muitas vezes as conversas se concentram em aspectos da vida pessoal. No entanto, de maneira geral, se o cliente está

interessado, demonstra isso, faz perguntas, o atendimento dos corretores se mostra mais eficiente, resultando, inclusive, em marcação de nova visita e/ou simulação de venda.

## 4.2 Coordenação dos corretores

Nesta atividade, acompanhou-se a performance dos corretores de acordo com o desenvolvimento de cada negociação com clientes potenciais.

A responsabilidade foi a de liderar um grupo de corretores de modo a manter as informações sempre atualizadas na planilha desenvolvida no Excel relacionada a clientes potenciais, atualizando constantemente a informação de cada um deles e do respectivo corretor, além das atualizações, que ocorreram em diferentes fases.

A fase de primeira abordagem é quando o cliente é indicado ao corretor, esse fica encarregado de fazer a primeira abordagem via telefone, a fim de saber o interesse desse cliente, encaminhando, então, para a próxima fase, que é agendar visita ao empreendimento. O agendamento, porém, não garante a efetivação da visita, pois em muitos casos os clientes ou desmarcam ou não comparecem. Em seguida, o corretor repassa as informações sobre o andamento da negociação.

A próxima fase deve ser uma simulação de venda, feita em uma agência conveniada da Caixa Econômica que é parceira da GP. Nessa fase pode ocorrer de o cliente desistir da negociação, pois nesse momento se analisa a sua situação financeira, que pode não ser aprovada no financiamento.

Após a simulação, os clientes aptos à negociação podem ou não efetuar a compra. Por isso, a função principal dos corretores é tentar ao máximo possível, convencê-los para concretizar a venda.

Sendo assim, é importante que a empresa mostre ao cliente

[...] que o conhece, que se lembra dele e que tem capacidade para adequar a sua oferta às necessidades por ele demandadas. Esse feedback tem o potencial de tornar os clientes leais à tendência do marketing de individualização do seu cliente - o marketing de relacionamento - estratégia que exige uma gestão individual dos clientes, em vez de apenas gerir produtos, canais de distribuição ou até o simples crescimento da quota de mercado. (ZENONE, p. 32, 2007).

A dificuldade de fazer o cliente chegar à fase final se dá por diversos motivos. Dentre eles está o desinteresse em adquirir o imóvel, o valor do imóvel, que na maioria das vezes é considerado alto; falha na comunicação entre corretor-cliente, a insatisfação em relação ao

imóvel, quando o cliente o visita, o valor de entrada, de 20%, ser considerado alto, os valores das parcelas mensais e as condições financeiras.

### **4.3 Elaboração de relatórios semanais:**

Nesta atividade, foi feita a descrição da situação do mercado imobiliário de Lavras com base na perspectiva individual dos corretores parceiros.

Semanalmente, nas sextas-feiras, eram feitas pequenas pesquisas com um grupo de onze corretores, em que se relatava sobre as atividades da semana, com a finalidade de levantar informações sobre o mercado lavrense, a sua situação atual, se o mercado melhorou com base na última semana, sobre a perspectiva futura e as observações por eles passadas. Com essas informações foi possível detectar como estava o mercado imobiliário e suas variações.

Essas pesquisas eram feitas por ligação, ou por mensagem via *whatsapp*. A conversa, entre a estagiária e o corretor, buscava levantar a percepção individual de cada um em relação ao que estava mais em alta no mercado, se era compra, venda ou aluguel de imóvel; se a procura estava boa, normal, ou ruim e se o foco principal era na procura por venda de apartamentos.

Nesse contexto, foi possível perceber que com todos os corretores, em que se estabeleceu esse diálogo, havia uma compatibilidade nas respostas. Além disso, a semana era percebida por cada um de uma perspectiva muito parecida. Houve semana em que o mercado estava muito bom e houve semana em que o mercado estava ruim. Também houve semanas em que eles contradiziam às opiniões uns dos outros, já que um achava que o mercado estava bem e outro achava que não.

Essas informações, porém, muitas vezes eram incompletas, não contemplando o retorno desejado, mas sim um retorno superficial. Mas também, por serem informações de diferentes perspectivas, possibilitou-se que o mercado, comum a todos que estavam inseridos, pudesse ser melhor avaliado.

Segundo Rosado (1997) *apud* Simões, Franco e Rodrigues (2008, p. 3), “o feedback [retorno] resulta de uma competência de tomada de decisões oportunas com base numa seleção e processamento de informação pertinente recolhida durante uma observação formal (com utilização de sistemas de observação) ou informal (baseada na simples competência profissional) [...]”.

Além disso, foram realizadas visitas semanais, as quais aconteciam em qualquer dia da semana. Nessas visitas um dos corretores acompanhava o cliente que demonstrou interesse em comprar um apartamento. Eles, corretor e cliente, deslocavam-se até a obra do Garden 430 e

conversavam sobre detalhes e informações a respeito do edifício. Juntamente ao retorno dos corretores, as visitas eram listadas e o relatório enviado ao supervisor responsável pela área.

Essas visitas aconteciam nos horários em que fosse melhor para os clientes. Observou-se que nessas visitas o corretor apresentava todo o edifício e simultaneamente explicava os detalhes como tamanho, número de cômodos do apartamento, número de garagem etc., além de tirar as dúvidas do cliente, que na maioria das vezes se mostrava curioso e interessado, fazendo perguntas. Ao final da visita, o corretor perguntava ao cliente se ele queria reservar o apartamento que havia gostado. Essa reserva se dava em até 5 dias úteis. Com essa estratégia de fazer a reserva, o cliente era “obrigado” a dar o retorno se iria continuar ou não com as negociações, para adquirir o empreendimento, pois caso, contrário, o apartamento ficaria disponível para outros nos próximos dias.

Na tabela abaixo há algumas observações sobre o acompanhamento dessas visitas:

***Tabela 2 - Observações sobre as visitas aos empreendimentos***

<b>OBSERVAÇÕES</b>
Corretores não mostraram todos os apartamentos, achei que poderia ter falado mais sobre o Garden visto que a cliente não perguntava muita coisa, perguntou muito sobre a vida pessoal da cliente. Enfatizaram muito a área rooftop. A abordagem sobre a cliente querer reserva foi de uma maneira em que intimidou ela a dizer sim.
Cliente muito interessada e curiosa em saber tudo sobre os apartamentos. Corretores sanaram todas as dúvidas, e houve muita interação em ambas as partes.
De modo geral a visita foi muito boa, cliente ficou satisfeita com o tamanho e se identificou muito com os corretores, rendendo muito assunto, até mesmo da vida particular. Ela quer adquirir o apartamento mais por questões de investimento. Os corretores mostraram tudo com detalhes para ela e finalizou em um bom atendimento.
Cliente não parecia muito interessada na visita, citou que tem preferência por casa, e isso pode ter sido um dos motivos. Não questionou muito a respeito do garden. Corretores procuraram atender ela com intusiasmo, o que resultou em uma marcação de simulação para a compra do apt.
Visita durou bastante tempo, corretora e clientes tinham muitos assuntos. Clientes não se mostraram muito curiosos com o imóvel, corretora mostrou e explicou detalhes dos apartamentos ainda disponíveis para a venda.

**Fonte:** Elaborada pela autora

A partir dessas observações, pode-se dizer que saber ouvir o cliente, entender o que ele

procura e repassar esse entendimento à equipe é importante para que juntos possa-se desempenhar as funções de maneira coerente e oferecer o serviço com qualidade.

#### **4.4 Inteligência de Mercado**

Para esta tarefa foi feito um levantamento de mercado referente a ofertas de apartamentos semelhantes aos atuais da Construtora Gomes Pimentel.

Foram levantadas diversas informações e dados a respeito dos concorrentes da construtora em relação à oferta de apartamentos na cidade, com a finalidade de trabalhar de maneira estratégica, numa tentativa de sobressair-se perante os concorrentes. Essa iniciativa é fundamental para entender o mercado, o consumidor, sobre suas necessidades e desejos.

Isso porque:

[...] as organizações necessitam de interação com seu ambiente externo no sentido de posicionarem-se mais competitivamente, ou seja, têm a necessidade de anteciparem-se às mudanças ocorridas no mercado e em resposta à volatilidade do seu macroambiente (político, econômico, sócio-cultural, tecnológico e regulatório). Essas necessidades são potencializadas diante da configuração globalizada do mercado. (VIDIGAL; NASSIF. 2012, p. 97).

Nesse levantamento, foram coletados dados referentes a edifícios prontos, em construção ou na planta, dos quais a construtora é responsável pela obra; tamanho do m<sup>2</sup> do apartamento contido nos edifícios, o nome do edifício, descrição do imóvel, localização e valor de compra. Em seguida esses dados foram planilhados e arquivados com a finalidade de conhecer a concorrência da cidade de Lavras e fazer comparações para saber sobre como está a oferta na cidade, como está a concorrência e seus preços.

A empresa visa à construção de cômodos comerciais na cidade de Lavras para alugar. Para isso foi realizado, em diversas imobiliárias da cidade, o levantamento de cômodos comerciais e valores de aluguel. Foi levantado um total de 19 cômodos comerciais, seus respectivos valores de aluguéis e tamanho do m<sup>2</sup> em que é construído. Esses cômodos estão localizados nos bairros Centro, Jardim Glória e Perimetral e os seus valores de aluguel variaram de R\$ 600 a R\$ 1 2000 reais. Todos os dados foram anexados a uma planilha, analisados, calculando uma média do preço de aluguel e do valor por m<sup>2</sup>. Com essas informações objetiva-se saber se é viável ou não a construção de cômodos comerciais para que sejam ofertados.

#### 4.5 Elaboração e manuseio de programas do pacote office

Aqui foram feitas atualizações constantes de planilhas do Excel e de documentos em Word.

O principal programa usado do pacote office foi o Excel, importante ferramenta que possibilita organizar e armazenar as informações referentes às atividades realizadas no dia a dia. Isso era feito de maneira computadorizada, com elaboração de planilhas inteligentes, com as mais importantes informações, referentes a dados de clientes, planilha dos corretores, informações de mercado e concorrência etc.

Abaixo estão apresentadas duas planilhas, as quais foram elaboradas para armazenar informações importantes a serem analisadas e usadas para a efetivação das tarefas, principalmente em relação aos apartamentos e ao mercado. A Tabela 3 apresenta-se de forma completa no APÊNDICE A.

Na Tabela 3 informa-se sobre a oferta de imóveis, quanto ao nome, à área, ao valor, ao preço do m<sup>2</sup>, se há vagas de garagem, a situação (se o apartamento já está pronto ou se ainda se encontra em construção), ao construtor e ao endereço.

**Tabela 3 - Oferta de imóveis**

Nome	Área	Valor	Preço M2	Vagas Garage m	Situação	Construtor	Endereço
<b>Edifício Verona</b>	170	R\$ 545.000,00	R\$ 3.205,88	2	Em Construção	José Luiz Da Desing Acabamentos	Rua Barão do Rio Branco em frente Rex norte
<b>Edifício Portinnari</b>	119,6	R\$ 570.000,00	R\$ 4.765,89	2	Pronto	Pemi Construtora	Rua Otacílio Negrão de Lima, 638 - Centro - ao lado do SENAC
<b>Edifício Nápole</b>	110	R\$ 360.000,00	R\$ 3.272,73	2	Em Construção	José Luiz Da Desing Acabamentos	Rua Dr. Álvaro Botelho, atrás do INSS
	130	R\$ 800.000,00	R\$ 6.153,85	2	Pronto	Zé Galinha e outros	Esquina Comendador Jose Esteves com Rua Venerando Pereira

<b>Edifício Montblanc</b>	124	R\$ 850.000,00	R\$ 6.854,84	2	Pronto	BR Construtora	Rua Comendador José esteves, 605 - Em frente a clínica da pele
	130	R\$ 930.000,00	R\$ 7.153,85	2	Pronto	Saulo Construtor	Rua Desembargador Dário Lins, 22 - centro
<b>Edifício Michelangelo</b>	120	R\$ 500.000,00	R\$ 4.166,67	2	Em Construção	Empório Empreendimentos	Rua Bernardino Macieira - esquina da UNIMED
	90	R\$ 280.000,00	R\$ 3.111,11	2	Pronto		Rua Dr. Almir de Paula Lima - Dona Wanda
	90	R\$ 330.000,00	R\$ 3.666,67	2	Pronto		Perimetral
<b>Edifício Nantes</b>	64	R\$ 300.000,00	R\$ 4.687,50	2	Pronto		Santa Filomena

**Fonte:** Elaborada pela autora

A Tabela 4 é um exemplo de armazenamento de dados quanto à reserva, feita por meio de contato com clientes potenciais, de um dos empreendimentos da construtora.

**Tabela 4 - Reserva de apartamentos**

RESERVA DOS APARTAMENTOS - GARDEN 430				
NOME	TELEFONE	RESERVA	ATÉ DIA	OBS

**Fonte:** Elaborada pela autora

Organizar os dados por meio de tabela, utilizando ferramentas do pacote Office, demonstrou ser útil e fácil para que as informações fossem mais acessíveis.

#### 4.6 5W3H

Para esta tarefa, foi criado um plano de marketing para um futuro empreendimento, utilizando a ferramenta 5w3h.

Essa ferramenta gerencial é de fácil utilização e é usada para delinear a implementação de uma solução de maneira organizada, reconhecendo suas ações, definindo responsabilidades, métodos de execuções, prazos e recursos associados. Representa as iniciais das palavras em inglês: **WHAT?**, o que será feito?; **WHY?**, por que deve ser feito?; **WHEN?**, quando será feito (tempo)?; **WHO?**, quem irá realizar as tarefas?; **WHERE?**, onde será realizada a execução das ações planejadas?; **HOW?**, como será realizado?; **HOW MUCH?**, quanto custa cada etapa? e **HOW MEASURE?**, como avaliar?. (SILVA, *et al*, 2008)

A partir do uso dessa ferramenta, em que foi possível contextualizar a situação, foi elaborado um Plano de Marketing a fim de divulgar o empreendimento futuro da construtora: Edifício Giorgio Morandi, um projeto de investimento na cidade de Lavras que está na planta com previsão futura para início das obras em 2020. Um projeto que está na planta é aquele em que se pode ver de cima, a partir do comprimento e da largura. Tal empreendimento será constituído por apartamentos de 72 a 85 m<sup>2</sup>, localizados no bairro Jardim Glória, em Lavras.

No APÊNDICE B, há a planilha em que contém as opções de divulgações levantadas para investimento futuro. Nela é possível perceber as ideias sobre o que se pode fazer para melhorar o setor de vendas, como a exposição de uma maquete junto ao estande de vendas, para o público ver como ficará edifício depois de pronto, já que essa é uma estratégia que dá maior visibilidade do empreendimento. Outra ideia que pode ser eficiente é a contratação de um carro de som que veicule propaganda do estabelecimento, alcançando diferentes públicos. Houve, também, a indicação do uso de mídia digital, com postagens de fotos e descrições detalhadas de como será o imóvel. Ao todo, foram indicadas dezoito ações neste plano de marketing. Espera-se, caso seja adotado, que haja aumento nas buscas e nas vendas dos imóveis.

#### 4.7 Tarefas administrativas gerais:

As tarefas administrativas gerais, como ligações telefônicas, são realizadas e respondidas pelo assistente administrativo, pelo responsável do RH, pelo responsável do

financeiro e principalmente pela estagiária. São ligações de todos os tipos, sendo a minoria ligações referentes a clientes interessados na compra de apartamentos. A maioria das ligações recebidas são repassadas aos diversos setores da empresa, de acordo com o assunto. Já as ligações referentes à compra de imóveis, mais especificamente ao edifício Garden 430, eram da responsabilidade da estagiária. Foi possível observar, a partir dessas conversas, que a maioria que quando diz respeito ao interesse pela compra de apartamentos, o cliente está mais interessado em saber sobre preços, porém, a política da empresa é encontrar formas em que isso não seja informado via telefone, procurando tentativas de agendamento de visita.

Um exemplo é dizer ao cliente que ele pode conhecer o empreendimento pessoalmente, saber como são os apartamentos e, caso haja interesse, o corretor o acompanhará a uma empresa de financiamento para fazer simulações, para que ele saiba quais são as possíveis formas de pagamento.

No entanto, há certa dificuldade em passar essas informações, pois a maioria dos clientes são muito insistentes. A ideia da abordagem pessoal é muito mais eficaz do que pelo telefone, por isso há a estratégia de não passar esse tipo de informação via ligação telefônica.

A tarefa de atender presencialmente se dava a qualquer tipo de público: funcionários dos Correios, encarregados das obras em execução, clientes, parceiros, pessoas interessadas a deixar currículo etc. No primeiro momento o atendimento é via interfone, não sendo possível resolver por ele, a porta é destravada e a pessoa entra na empresa para falar com a responsável, que é o assistente administrativo. São recebidas também encomendas da empresa coligada a nossa, a Pró-Ambiental. Um funcionário dessa passa na Gomes Pimentel uma vez por semana para recolher as encomendas. Além disso, toda pessoa chega à empresa é monitorada por câmeras que se encontram do lado de fora. Isso é para que sejam identificadas antes de que se abra a porta, a fim de preservar a segurança do escritório e de seus funcionários.

## **5 SUGESTÕES AOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS**

O maior problema identificado foi o retorno falho dos corretores aos clientes. Cada corretor tem um grupo de clientes, composto por aqueles que ele mesmo conquistou, ou que foram indicados pela estagiária, os quais entraram em contato por meio de ligação telefônica, redes sociais ou pessoalmente. Ao não dar o retorno devido, os funcionários prejudicam o desenvolvimento das atividades, fazendo com que as relações se enfraqueçam, prejudicando, assim, o desempenho e os resultados visados.

Uma sugestão viável é esse retorno ser dado, primeiramente, à estagiária, já que é

preciso entrar em contato com o cliente para agendar possível visita ao apartamento. Ou seja, o ideal seria a estagiária da área comercial ligar para os clientes, mantendo o contato, dando o devido retorno, para agendar a visita, potencializando as possíveis negociações.

Nesse sentido, é importante entender que esse retorno deve fazer parte de um processo constante, sendo realizado sempre que necessário, no momento certo, sempre após o fato gerador, após o contato anterior ao cliente. Agindo assim, será possível garantir expansão progressiva e contínua na captação e manutenção de clientes potenciais.

Ao sugerir a melhoria, descrevendo os procedimentos para a mudança e apontando os possíveis resultados, a empresa acatou a sugestão e a implementou. Por isso, foi feita uma filtragem, a partir da lista de todos os clientes potenciais, em que foi possível agrupá-los entre clientes contactados, clientes contactados de maneira ineficaz e clientes que não foram contactados em momento algum. Com isso, gerou-se uma lista de 63 clientes, sendo que 52 foram contactados efetivamente, via ligação telefônica. Feito isso, percebeu-se melhoria na interação com os *leads*, além de haver atualização dos dados dos clientes da empresa.

Entretanto, outras melhorias se fazem necessárias na CGP, como melhorar o modo como os dados são atualizados pelos corretores, visto que o retorno deles, na maioria das vezes, são insuficientes. É preciso haver também melhorias no setor de marketing na tentativa de alcançar mais clientes, melhorando a receita da empresa.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este relatório de estágio se referiu à experiência da estagiária em uma empresa da construção civil, na cidade de Lavras - MG, na Construtora Gomes Pimentel. Especificamente, as observações e análises se relacionaram à atuação administrativa na área comercial. As atividades foram desenvolvidas no setor administrativo e comercial.

A Construtora Gomes Pimentel tem como principais clientes o Departamento de Obras Públicas de Minas Gerais (DEOP - MG); a mineradora Ferrous; o Grupo Delp; o Instituto Estadual de Patrimônio Histórico de Minas Gerais (IEPHA - MG); a Pró-Ambiental Soluções em resíduos; e a Universidade Federal de Lavras (UFLA), a Acero Agronegócios; a Copasa e a Companhia MINASLIGAS

A empresa executa obras de construção e reforma de unidades residenciais, comerciais, também projetos de restauração de bens tombados pelo patrimônio Federal, Estadual e Municipal. Além disso, administra sua obra, seja ela de construção, reforma ou restauração, fazendo toda a gestão.

As atividades foram desenvolvidas durante o período de abril de 2019 a julho de 2019. No contato e desenvolvimento de clientes potenciais, executou-se a fase inicial da negociação com esses clientes, interessados na compra de apartamentos, com posterior seleção e direcionamento aos corretores. Houve acompanhamento da performance dos corretores de acordo com o desenvolvimento de cada negociação. Observou-se que há dificuldade de fazer o cliente chegar à fase final, causada diversos motivos.

Na coordenação dos corretores, acompanhou-se a performance deles de acordo com o desenvolvimento de cada negociação com clientes potenciais.

Na elaboração de relatórios semanais, foi feita a descrição da situação do mercado imobiliário de Lavras com base na perspectiva individual dos corretores parceiros. Nesse contexto, foi possível perceber que com todos os corretores, em que se estabeleceu esse diálogo, havia uma compatibilidade nas respostas. Além disso, a semana era percebida por cada um de uma perspectiva muito parecida. As informações repassadas por eles, porém, muitas vezes eram incompletas, não contemplando o retorno desejado, mas sim um retorno superficial. Apesar disso, por serem informações de diferentes perspectivas, possibilitou-se que o mercado, comum a todos que estavam inseridos, pudesse ser mais bem avaliado.

No que tange à Inteligência de Mercado, levantou-se informações referentes a ofertas de apartamentos semelhantes aos atuais da Construtora Gomes Pimentel, com a finalidade de trabalhar de maneira estratégica, numa tentativa de sobressair-se perante os concorrentes.

Em relação à elaboração e manuseio de programas do pacote office, foram feitas atualizações constantes de planilhas do Excel e de documentos em Word.

Também foi utilizada a ferramenta 5W3H na criação de um plano de marketing para um futuro empreendimento, sendo possível contextualizar a situação para que seja divulgado o empreendimento futuro da construtora: Edifício Giorgio Morandi, um projeto de investimento na cidade de Lavras que está na planta com previsão futura para início das obras em 2020.

Além dessas atividades, foram realizadas também tarefas administrativas gerais, como ligações telefônicas, em que foi possível observar que, quando diz respeito ao interesse pela compra de apartamentos, o cliente está mais interessado em saber sobre preços. No entanto, ideia central é que isso seja informado pessoalmente, por ser mais eficaz.

A partir das observações feitas, chegou-se à conclusão de que o retorno dos corretores é falho, o qual deveria ser constante, para que se possa garantir a expansão progressiva e contínua na captação e manutenção de clientes potenciais.

As observações foram essenciais também para entender os processos de fazer negócio nas organizações e que a qualidade no atendimento ao consumidor faz a diferença na captação de clientes potenciais, o que torna a negociação eficaz. Sendo assim, a coleta de dados deve ser relevante e esses devem estar sempre bem organizados, facilitando o contato, quando necessário. Observou-se também que a capacitação dos funcionários é essencial para a garantia de um serviço de qualidade. Por isso deve-se conhecer as necessidades de cada área, para auxiliar no desenvolvimento de estratégias direcionadas aos clientes.

Por fim, ressalta-se a importância do estágio na aquisição de experiência prática e real, em que foi possível realizar atividades na área comercial e administrativa, lidar com diversos públicos, como fornecedores, corretores, clientes e colaboradores da empresa. Alguns desafios surgiram, mas superá-los foi essencial para o crescimento profissional e pessoal. Passar por diferentes atividades e etapas, já que cada uma era realizada de uma maneira, possibilitou desenvolver a capacidade de solução de problemas, com estratégias reais e coerentes com o ambiente em que se está inserido. Portanto, vivenciar, experimentar a profissão em um ambiente de trabalho autêntico trouxe muitos benefícios e consciência de que há desafios que precisam ser enfrentados com profissionalismo e ética, o que, sem dúvida, tornou-se um preparo significativo para entrar no mercado de trabalho.

## REFERÊNCIAS

CARVALHO, Fátima Marília Andrade de Carvalho; TEIXEIRA, Luciene Pires Teixeira. **A construção civil como instrumento do desenvolvimento da economia brasileira**. Curitiba: Revista Paranaense de desenvolvimento, nº 109, 2005.

Construtora Gomes Pimentel. **Site**. 2019. Disponível em < gomespimentel.com.br> Acesso em: junho/2019.

SPAREMBERGER, Ariosto. **Administração de vendas** – Ijuí : Ed. Unijuí, 2008. (Coleção educação a distância. Série livros-texto)

SIMÕES, Vera Alexandra da Costa. **Estudo do feedback pedagógico em instrutores de ginástica localizada com diferentes níveis de experiência profissional**. UTAD, 2008.

SILVA *et al.* Uso da ferramenta gerencial 5W3H como instrumento para análise situacional do setor de nefrologia do hospital universitário Getúlio Vargas. **Anais do 13º Congresso Internacional da Rede Unida** v. 4, Suplemento 1 (2018). ISSN 2446-4813: Saúde em Redes Suplemento, Anais do 13ª Congresso Internacional da Rede UNIDA. Disponível em: <<http://conferencia2018.redeunida.org.br/ocs2/index.php/13CRU/13CRU/paper/view/1338>> Acesso em: junho/2019

VIDIGAL, Frederico; NASSIF, Mônica Erichsen. **Inteligência Competitiva: metodologias aplicadas em empresas brasileiras**. Inf. Inf., Londrina, v. 17 n. 1, p. 93 – 119, jan./jun. 2012.

ZENONE, Luiz Claudio. **Customer Relationship Management: gestão do relacionamento com o cliente e a competitividade empresarial**. São Paulo: Novatec Editora, 2007.

## APÊNDICE A

NOME	ÁREA	VALOR	PREÇO M2	VAGAS GARAGEM	SITUAÇÃO	CONSTRUTOR	ENDEREÇO	DESCRIÇÃO
<b>Edifício Verona</b>	170	R\$ 545.000,00	R\$ 3.205,88	2	Em Construção	José Luiz Da Desing Acabamentos	Rua Barão do Rio Branco em frente Rex norte	3/4 sendo 1 suite/ sala/ lavabo/ banheiro social/cozinha/varanda gourmet de 36m <sup>2</sup>
<b>Edifício Portinnari</b>	119,6	R\$ 570.000,00	R\$ 4.765,89	2	Pronto	Pemi Construtora	Rua Otacílio Negrão de Lima, 638 - CENTRO - AO LADO DO SENAC	3/4, sendo suite, sala, cozinha, banheiro social, área de serviço
<b>Edifício Nápole</b>	110	R\$ 360.000,00	R\$ 3.272,73	2	Em Construção	José Luiz Da Desing Acabamentos	Rua Dr. Álvaro Botelho, atrás do INSS	Possui 3 quartos, sendo 1 suite, banheiro social, sala para 2 ambientes, cozinha, área de serviço com banheiro. Todos os cômodos com armários planejados. Sala e suite com varanda.
	130	R\$ 800.000,00	R\$ 6.153,85	2	Pronto	Zé Galinha e outros	Esquina Comendador Jose Esteves com Rua Venerando Pereira	Esquina do hotel Califórnia - 3/4 sendo 1 suite
<b>Edifício Montblanc</b>	124	R\$ 850.000,00	R\$ 6.854,84	2	Pronto	BR Construtora	Rua Comendador José esteves, 605 - EM FRENTE A CLÍNICA DA PELE	3 suites / 2 vagas garagem / aquecimento solar / cortinas venezianas / varanda gourmet / tubulação ar cond
	130	R\$ 930.000,00	R\$ 7.153,85	2	Pronto	Saulo Construtor	Rua Desembargador Dário Lins, 22 - CENTRO	Salão grande de festas / 3/4 sendo 1 suite / closet* / varanda / sistema eletrônico de segurança

<b>Edifício Michelangelo</b>	120	R\$ 500.000,00	R\$ 4.166,67	2	Em Construção	EMPÓRIO EMPREENDIMENTOS	Rua Bernadino Macieira - ESQUINA DA UNIMED	3/4 / 1 suite com Armário /Sala/Copa – Cozinha/ Dependência Completa de Empregada /Bancadas de Granito /Ótimo acabamento
	90	R\$ 280.000,00	R\$ 3.111,11	2	Pronto		Rua Dr. Almir de Paula Lima - DONA WANDA	3/4 / 1 suite/ banheiro social/ sala cozinha/ área de serviço
	90	R\$ 330.000,00	R\$ 3.666,67	2	Pronto		PERIMETRAL	3/4 /1 suite/ sala/ cozinha/ banheiro social/ área de serviço/ elevador
<b>Edifício Nantes</b>	64	R\$ 300.000,00	R\$ 4.687,50	2	Pronto		SANTA FILOMENA	2/4 /1 suite/ sala/ cozinha/ banheiro social/ armários embutidos. AP NOVO
	126	R\$ 450.000,00	R\$ 3.571,43	2	Pronto		CENTRO	3/4/ 1 suite/ sala/ cozinha com armários/DCE/ 2 banheiros social
	65	R\$ 270.000,00	R\$ 4.153,85	2	Em Construção	Dr. Aloísio	CENTENÁRIO - Atrás da Unilavras	2/4/ 1 suite/ sala/cozinha/ área de serviço
	160	R\$ 450.000,00	R\$ 2.812,50	2	Planta		CENTRO	3/4/ sendo 1 suíte/sala cozinha/área de serviço/ banheiro social
	90	R\$ 290.000,00	R\$ 3.222,22	2	Pronto		PRÓXIMO AO MERCADO MUNICIPAL	3/4/ sala/ cozinha/ banheiro social/ lavanderia/ elevador

	113	R\$ 358.000,00	R\$ 3.168,14	2	Planta		PERTO DA UFLA	3/4/ sala/ cozinha/ banheiro social/ lavanderia/ elevador
	90	R\$ 320.000,00	R\$ 3.555,56	2	Planta	Carlos Junqueira	OURO VERDE	3/4/ varanda gourmet/ sala/ cozinha/ área de serviço
<b>Edifício Leonor Anália</b>	110	R\$ 385.000,00	R\$ 3.500,00	2	Em Construção	Construtora OGS (Tietê SP)	PRÓXIMO AO SHOPPING - NA ROTATÓRIA DO CLUBE MEDITERRÂNEO	3/4, sendo 1 suíte/ varanda com churrasqueira/ sala/ cozinha/ elevador
<b>Residencial Aster</b>	126	R\$ 650.000,00	R\$ 5.158,73	2	Pronto	Pemi Construtora	Praça Monsenhor Domingos Pinheiro, 17 - AO LADO DA LOJA EMBALAGENS BOTELHO DE BAIXO	3/4, sendo todos suítes/ sala de jantar/ sala de estar/ área de seerviço/ internet/ cozinha/ banheiro social/ varanda gourmet
<b>The Classic</b>	106	R\$ 550.000,00	R\$ 5.188,68	2	Pronto	DONO DA CASA DAS CHAVES	RUA JUCA PROCÓPIO, 175	3/4, sendo um suíte/ banheiro social/ cozinha/ área de serviço/ banheiro de empregada/ sala de jantar/ elevador/ salão de festa/ Aquecimento Solar/ Área de Serviço com Banheiro
<b>Edifício Agnésio Carvalho De Souza</b>	140	R\$ 800.000,00	R\$ 5.714,29	2	Pronto		CENTRO - Rua Bernadino Macieira, 180	3/4, sendo duas suítes/ varanda gourmet com churrasqueira, janelas com acionamento por controle remoto e isolamento acústico
<b>Edifício Dona Lourdes</b>	95	R\$ 395.000,00	R\$ 4.157,89	2	Pronto	Cristian	JARDIM GLÓRIA - seguindo o muro do condomínio Flamboyants	3/4, sendo um suíte/ banheiro social/ cozinha/ sala/ área de serviço

<b>Edifício Mont Rey</b>	72	R\$ 550.000,00	R\$ 7.638,89	2	Em Construção	Samuel	CENTRO - Enfrente ao Edifício das Clínicas	2/4/ sala/ cozinha/ varanda/ área de serviço/ banheiro
<b>Villa Ester</b>	132	R\$ 450.000,00	R\$ 3.409,09	2	Pronto		PRÓXIMO A UFLA	3/4, sendo 1 suíte, sala, cozinha com armários embutidos/ 2 banheiros com box/ área de serviço/ revestimento de cerâmica/ esquadilha de alumínio/ piso todo de porcelanato/ poço para elevador/ Despensa/ Aquec. Solar/ Churrasqueira
	173	R\$ 550.000,00	R\$ 3.179,19	2	Pronto		BAIRRO SANTA FILOMENA - AO LADO DO SHOPPING	3/4, sendo um suíte/ sala/ cozinha com armário embutido/ copa/ espaço gourmet/ banheiro/ lavanderia
	113	R\$ 349.000,00	R\$ 3.088,50	2	Pronto		Centro - LAVRAS	3/4, sendo 1 suíte/sala/ cozinha/banheiro social/ lavabo/ área de serviço/varanda gourmet/Área social com piso em porcelanato, área íntima com piso laminado, banheiro, cozinha e área de serviço totalmente revestidos/ ELEVADOR
<b>Edifício Presidente Kennedy</b>	94	R\$ 330.000,00	R\$ 3.510,64	2	Em Construção	KASA ENGENHARIA E ARQUITETURA	Próximo ao estacionamento do shopping	3/4, sendo 1 suíte/sala/ cozinha/ banheiro social/ elevador/ acabamento de primeira/ sacada/ água e luz individual/ entrada + parcelas de 24x

## APÊNDICE B

O que fazer?	Por que?	Por quem?	Quando?	Onde?	Como?	Qual o Custo?	Custo Total	Como Avaliar
<b>Maquete</b>	Melhor visibilidade do empreendimento	Ramon	-1	Praça Centro	Expor maquete junto ao estande de vendas, para o público ver como ficará edifício depois de pronto.	R\$ 9.000,00	R\$ 9.000,00	Média de pessoas que visitarem o stand
<b>Camisa</b>	Formar "time" de vendas focado	Corretores	-1	Imobiliárias	Confeccionar e distribuir 1 camiseta para os corretores das 3 melhores imobiliarias	R\$ 750,00	R\$ 750,00	Clientes que vierem através das imobiliárias
<b>Vídeo</b>	Resumo de fácil visualização do conceito do produto	Freelancer	-1	Whatsapp e mídias digitais	Elaborar script video, contratar freelancer e espalhar o video pelas mídias digitais	R\$ 350,00	R\$ 350,00	Número de visualizações dos vídeos nas redes virtuais
<b>Mala Direta</b>	Entrega de folder em locais estratégicos	Correios	0	Selecionar 3 bairros alvo de Lavras	Contratar correios para fazer entrega dos folders em 3 bairros de Lavras, total de 3000 folders distribuidos	R\$ 700,00	R\$ 700,00	Número de clientes que procurarem a empresa, por ter visto o anúncio do empreendimento neste meio de divulgação

<b>Carro De Som</b>	Alcance de diferentes públicos	Elvis	0 / 7 / 30	Centro	Contratar carro de som para promover o mesmo texto vinculado a rádio	R\$900,00/mês	R\$ 2.700,00	Número de clientes que procurarem a empresa, por terem escutado o anúncio do empreendimento neste meio de divulgação
<b>Promoters Rua</b>	Atingir público alvo nos sinais de trânsito	Freelancer	0 / 7 / 30	Centro	Contratar pessoas para que fiquem nos sinais de trânsito em horários estratégicos para a entrega de panfletos nos carros que pararem, divulgando o empreendimento	R\$60,00/dia	R\$ 3.600,00	Número de clientes que procurarem a empresa, por terem recebido o panfleto
<b>Influencers Digitais</b>	Pessoas que influenciam outras	Marcelo	0 / 7 / 30	Mídias sociais	Digitais influencers da cidade, publicarem em suas mídias sociais com o intuito de despertar o interesse de seus seguidores em conhecer o edifício	R\$100,00 por postagem	R\$ 600,00	Número de clientes que procurarem a empresa ou o influenciador, através desse meio de divulgação.
<b>Revista Ipe E Elite</b>	Revistas da cidade de Lavras	Ipê/Ellite	0 / 7 / 30	Revista	Divulgar empreendimento em revistas da cidade, pois tem uma visualização de um amplo público-alvo	R\$ 2.600,00	R\$ 7.800,00	Número de clientes que procurarem a empresa, por terem visto o anúncio do empreendimento neste meio de divulgação
<b>Jornal Digital</b>	Divulgação em site e facebook	Jornal de Lavras	0 / 7 / 30	Mídias sociais	Divulgar o empreendimento no jornal de Lavras, pois é o único e mais acessado pelos moradores lavrenses.	R\$2.000,00/mês	R\$ 6.000,00	Número de clientes que procurarem a empresa, por terem visto o anúncio do empreendimento neste meio de divulgação

<b>Tv (Eptv)</b>	Alcance do público do Sul de Minas	EPTV	0 a 3	Televisão	Chama de abertura de encerramento programa Bom dia Cidade na EPTV, 30' duração cada, contrato minimo de 3 meses / R\$377,00 avulso por chamada	R\$ 6.900,00	R\$ 20.700,00	Número de clientes que procurarem a empresa, por ter visto o anúncio do empreendimento neste meio de divulgação
<b>Mídia Digital</b>	Mídias em alta no mercado atual	GMX	0 a 3 / 7 a 10 / 30 a 33	Instagram e Facebook	Postar fotos no feed e stories, com descrições e detalhes de como será o imóvel. As postagens acontecem simultaneamente em ambas plataformas.	R\$900,00/mês	R\$ 10.800,00	Média de visualizações do instagram e facebook
<b>Estande De Vendas</b>	Centralizar vendas em dias específicos, forças assinatura de contratos	Corretores	0 a 6	Praça Centro	Realizar plantão de vendas; com tenda ampla no local; banner; maquete de como o edifício ficará; catálogo com fotos ilustrativas de cada apartamento; TV passando fotos do imóvel; mesas e cadeiras para os clientes negociarem.	R\$ 7.857,00	R\$ 7.857,00	Número de vendas concluídas
<b>Rádio</b>	Alcance de público-alvo de Lavras e cidades próximas	Rádio 94 FM Lavras	0 a 6	Cidade de Lavras e Região	Elaborar texto semelhante ao do Garden 430, nos mesmos horários;	R\$750,00/mês	R\$ 4.500,00	Número de clientes que procurarem a empresa, por ter escutado o anúncio do empreendimento neste meio de divulgação
<b>Outdoor</b>	Ótima visibilidade	Movimento outdoor	0 a 6	Terreno da Obra	Colocar outdoor amplo em um lugar estratégico (onde tem grande fluxo de pessoas) contendo as informações do Giorgio Morandi e contatos telefonicos.	R\$945,00 + R\$600,00 mensais	R\$ 4.545,00	Número de clientes que procurarem a empresa, por ter visto o anúncio do empreendimento neste meio de divulgação

<b>Estande De Venda Terreno</b>	Visibilidade, foco corretores, consistencia	Estagiário Comercial e corretores	0 a 6	Terreno da Obra	Reformar comodo do terreno, montar agenda corretores com revezamento entre eles, ponto fixo comercial Gomes	R\$500,00 / m2	R\$ 5.000,00	Número de vendas concluídas
<b>Folders</b>	Divulgação em diferentes locais	Corretores e CGP	0 e 6	Comércio de Lavras	Deixar um número de panfletos em lojas e locais que o público-alvo frequenta. Como em clínicas odontológicas e médicas, academias, supermercados, escolas. Total de 5000 unidades.	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	Número de clientes que procurarem a empresa, por ter visto o anúncio do empreendimento neste meio de divulgação
<b>Contratar Empresa De Marketing (Cidade Guia)</b>	Experiência no ramo de marketing	Empresa Cidade Guia	0 a 3 / 7 a 10 / 30 a 33	Redes sociais	Negociar com a empresa Cidade Guia um cronograma de no mínimo um mês para um maior alcance e visibilidade do público.	1% nas vendas	R\$ -	Média de visualizações, curtidas, e mensagens recebidas.
<b>Software Gerenciagram</b>	Impulsionar as vendas	Lorena	0 a 3 / 7 a 10 / 30 a 33	Instagram	Serviço começa a seguir perfis e curtir imagens de forma automática para atrair mais pessoas para a conta, e consequentemente futuros clientes. É possível definir o público do perfil e a velocidade do processo.		R\$ -	Número de visitas e seguidores recebidos no instagram
						<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 87.902,00</b>	