



BRUNA FERNANDES ROCHA

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM UMA
EMPRESA DO SETOR IMOBILIÁRIO**

**LAVRAS- MG
2019**

BRUNA FERNANDES ROCHA

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM UMA EMPRESA DO SETOR
IMOBILIÁRIO**

Relatório de estágio supervisionado apresentado à UFLA- Universidade Federal de Lavras, PRG 309, ministrada pelo professor Doutor André Luis Ribeiro Lima como parte da exigência do curso de Administração para obtenção do título de Bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Daniel Carvalho de Rezende.

LAVRAS- MG

2019

BRUNA FERNANDES ROCHA

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM UMA EMPRESA DO SETOR
IMOBILIÁRIO
SUPERVISED INTERNSHIP REPORT IN A COMPANY OF THE REAL ESTATE
SECTOR**

Relatório de estágio supervisionado apresentado à UFLA- Universidade Federal de Lavras, PRG 309, ministrada pelo professor Doutor André Luis Ribeiro Lima como parte da exigência do curso de Administração para obtenção do título de Bacharel.

APROVADO em 04 de dezembro de 2019.

Prof. Dr. Daniel Carvalho de Rezende – UFLA

Prof(a) Msc. Angélica da Silva Azevedo – UFLA

Daniel Carvalho de Rezende

Orientador.

LAVRAS- MG

2019

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus que é soberano e sábio, sempre me privilegiando com as melhores oportunidades, as quais nem todos possuem.

Gostaria de agradecer a todos os colaboradores da empresa Suli Imóveis Ltda que durante todo o período de estágio me abrigaram, foram atenciosos, prestativos e sempre estavam dispostos a ajudar no que fosse necessário. Grata a todo ensinamento que me foi passado e por estarem disponíveis para compartilhar seus conhecimentos de bom grado. À empresa por oferecer a oportunidade de aprendizado e um ambiente de trabalho agradável, com todos os recursos necessários para um bom desenvolvimento das tarefas prestadas no decorrer desta temporada que passei junto a eles.

Agradeço também a Universidade Federal de Lavras – UFLA e ao meu orientador professor Dr. Daniel Carvalho de Rezende, por toda dedicação e auxílio na elaboração deste relatório, pela disponibilidade para ajudar no que fosse preciso.

Agradeço ainda ao coordenador do curso de Administração, professor Dr. André Luis Ribeiro Lima que esteve sempre disponível para tirar dúvidas relacionadas ao estágio supervisionado, procurando sempre facilitar ao máximo todas as etapas necessárias e mostrando sua preocupação com todos os discentes.

Uma gratidão pela minha família, namorado e amigos que sempre estiveram pacientemente ao meu lado demonstrando apoio, incentivo e me encorajando no que fosse necessário.

**A todos,
Muito obrigada.**

INFORMAÇÕES GERAIS

1. Dados da Discente/Estagiária:

Discente:	Bruna Fernandes Rocha
Matrícula:	201710756
Curso:	Administração – Bacharelado
Período:	6º período
E-mail:	brunarochafernandes@hotmail.com
Telefone:	(35) 99725-8969

2. Dados da Empresa:

Nome da organização:	Suli Imóveis Ltda
Setor:	Imobiliário – 3º setor da economia
Endereço:	Av. Dr. Silvio Menicucci, 1140 – Loja 4 - Vila Brasília– Lavras (Perimetral)
Telefone:	(35) 3013-3028 (35) 98863-8601
Nº de colaboradores:	7 (sendo dois estagiários)
Supervisora na organização:	Viviane Nogueira
E-mail do supervisor:	contato@suliiMOVEIS.com.br
Representante:	Guilherme Alvarenga Andrade
E-mail do orientador:	guilherme@suliiMOVEIS.com.br

3. Dados do estágio:

Período:	08/08/2019 a 31/12/2019
Carga horária:	20 horas semanais
Total de horas:	416 horas
Áreas principais de:	Marketing e Finanças

RESUMO

O relatório a seguir expõe as atividades desempenhadas pela discente Bruna Fernandes Rocha no estágio supervisionado obrigatório no período 2019/2, realizado na empresa Suli Imóveis Ltda., empreendimento que pertence ao grupo ABA. Durante o período estagiado foram elaboradas atividades administrativas principalmente nos segmentos de marketing e finanças. Ao longo deste relatório, as tarefas realizadas serão descritas, explicadas e ilustradas, para maior clareza do processo de desenvolvimento das mesmas. No decorrer deste, pode-se notar a importância do trabalho do setor administrativo em uma empresa e como o conhecimento obtido na área proporcionou um grande crescimento profissional à discente.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: ABA Material de construção	12
Figura 2: Eletro Suli	12
Figura 3: Suli Imóveis	13
Figura 4: Fachada Suli Imóveis	13
Figura 5: Ficha de captação de imóveis para ilustração	16
Figura 6: Edifício Solar Gaudi I	17
Figura 7: Edifício Solar Gaudi II	17
Figura 8: Pátio Santana I	18
Figura 9: Pátio Santana II	18
Figura 10: Projeto do Pátio Santana I	18
Figura 11: Projeto do Pátio Santana II	19
Figura 12: Extrato da Caixa Econômica Federal pronto para arquivamento	22
Figura 13: Cartas de prestação de contas de condomínio prontas para serem enviadas	23
Figura 14: Acesso ao pavimento superior com corrimão	24
Figura 15: Projeto da empresa - térreo	25
Figura 16: Projeto da empresa – pavimento superior	25
Figura 17: Layout da recepção – térreo	26
Figura 18: Layout do ambiente de trabalho da estagiária - térreo	26
Figura 19: Layout do pavimento superior – área financeira e sala de reuniões	26
Figura 20: Layout da sala de reuniões e sala da chefia – pavimento superior	27

LISTA DE FIGURAS

Figura 21: Layout da cozinha – pavimento superior	27
Figura 22: Painel de chaves após a organização	28
Figura 23: Caixa de documentos em pastas suspensas após a organização	28
Figura 24: Pedido de exclusão da segunda página	31
Figura 25: Filtro de busca do site da empresa. Tela principal do site	31
Figura 26: Acesso ao whatsapp ou site pelo Instagram	32
Figura 27: Padrão de postagens antigo	34
Figura 28: Padrão de postagem inicial, anterior a terceirização das publicações institucionais	34
Figura 29: Padrão de postagem atual, após a terceirização das postagens institucionais	35
Figura 30: Feed do Instagram em outubro, 2019	35
Figura 31: Outdoor com informações sobre a empresa, próximo a UFLA	36
Figura 32: Outdoor do Marisselva – empreendimento com venda exclusiva da Suli Imóveis	36
Figura 33: Moto com baú com a logo da Suli Imóveis	37
Figura 34: Apresentação feita para a reunião de negócios	37
Figura 35: Apresentação do empreendimento Marisselva I	38
Figura 36: Apresentação do empreendimento Marisselva II	39
Figura 37: Post de oportunidade de estágio	40

LISTA DE GRÁFICOS, ORGANOGRAMAS E TABELAS:

ORGANOGRAMA DA EMPRESA	19
GRÁFICO 1: HORAS DE OCUPAÇÃO NAS ATIVIDADES EM CADA ÁREA.....	20
TABELA 1: HORAS DE OCUPAÇÃO EM CADA ATIVIDADE	20
GRÁFICO 2: SEGUIDORES DO INSTAGRAM	33

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	12
2.1. HISTÓRICO DA EMPRESA	12
2.2. MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA	14
2.2.1. MISSÃO DA EMPRESA	14
2.2.2. VISÃO DA EMPRESA	14
2.2.3. VALORES DA EMPRESA	14
2.3. PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS	14
2.3.1. PRINCIPAIS SERVIÇOS PRESTATOS	14
2.3.2. PRINCIPAIS PRODUTOS OFERECIDOS	15
2.4. DA CAPTAÇÃO DO IMÓVEL A CONCRETIZAÇÃO DO NEGÓCIO	15
2.5. ORGANOGRAMA DA EMPRESA	19
3. ATIVIDADES REALIZADAS NO ESTÁGIO	20
3.1. ATIVIDADES REALIZADAS NA ÁREA DE MARKETING	21
3.1.1. GERENCIAMENTO DAS REDES SOCIAIS	21
3.1.2. APRESENTAÇÕES PARA REUNIÕES E POSTAGENS EM GERAL	21
3.2. ATIVIDADES REALIZADAS NA ÁREA DE FINANÇAS	21
3.2.1. EMISSÃO DE CONTAS PARA PAGAMENTOS E RECEBIMENTOS	21
3.2.2. BAIXA DE PARCELAS NO SISTEMA	22
3.2.3. BAIXA E ORGANIZAÇÃO DO CAIXA FÍSICO E EXTRATO DA CAIXA ECONÔMICA FEDERAL	22
3.2.4. GERENCIAMENTO DE CONDOMÍNIOS	23
3.2.5. ALTERAÇÕES REALIZADAS NO SETOR FINANCEIRO	23
3.3. ATIVIDADES REALIZADAS NA ÁREA DE RECURSOS HUMANOS	24
3.3.1. ADMINISTRAÇÃO DO AMBIENTE DE TRABALHO	24
3.4. ATIVIDADES REALIZADAS NA ÁREA DE PRODUÇÃO	29
3.4.1. CAPTAÇÕES	29
3.4.2. CADASTRO DE PESSOAS E IMÓVEIS	29
3.4.3. REDIGIR CONTRATOS	29
4. DESCRIÇÃO DO SETOR DE MARKETING	29
4.1. GERENCIAMENTO DAS REDES SOCIAIS	30

4.2. PROBLEMAS ENCONTRADOS	30
4.3. ALTERAÇÕES NAS ATIVIDADES REALIZADAS	30
4.4. MEIOS DE DIVULGAÇÃO DA EMPRESA	36
4.5. APRESENTAÇÕES PARA REUNIÕES E POSTAGENS EM GERAL	37
5. CONCLUSÕES	40
6. SUGESTÕES DE MELHORIAS	41
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	42

1. INTRODUÇÃO

Por ser uma cidade universitária, Lavras possui uma alta rotatividade de alunos que, necessariamente, precisam de moradia e conseqüentemente de imobiliárias, uma vez que elas facilitam a procura de um lugar ideal e trazem segurança para os locadores. Com atuação no setor imobiliário de Lavras e região, a empresa Suli Imóveis Ltda, proporcionou a discente Bruna Fernandes Rocha uma experiência de aprendizagem, portanto, neste relatório serão apresentadas as atividades realizadas pela mesma.

O estágio foi realizado com início em agosto de 2019 e tem previsão de término em dezembro de 2019, sendo orientado dentro da empresa pela gestora financeira Viviane Nogueira e supervisionado pelo representante e sócio diretor administrativo Guilherme Alvarenga Andrade.

Além das universidades que se encontram no município, muitas empresas têm escolhido a cidade de Lavras para expandir seus negócios, visto todo seu potencial de crescimento e desenvolvimento. Para que isso aconteça da melhor forma possível, é necessário que se tenha uma boa gestão administrativa interna e externa das mesmas, algo que se consegue com bons profissionais no mercado, que possuam além da teoria, o conhecimento prático, para que assim, os próprios saibam lidar com as mais diversas situações e os mais complexos desafios, se tornando os mais capacitados possíveis.

Este relatório tem como objetivo apresentar os trabalhos realizados na área financeira, de marketing e algumas outras áreas secundárias no estágio. Também será mostrado diversas mudanças nesses setores, já que a companhia em questão está em processo de desenvolvimento, as modificações serão descritas e analisadas.

2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

2.1. HISTÓRICO DA EMPRESA

A empresa Suli Imóveis Ltda. faz parte do grupo ABA materiais de construção, cuja fachada está apresentada na Figura 1 e Eletro Suli, representada pela figura 2, na qual pode ser visto o interior da loja. Ambas se encontram há mais de 20 anos no mercado lavrense com excelência. Todos os 3 (três) empreendimentos foram fundados por um grupo familiar, sendo a Suli Imóveis formada por pai, mãe e pelo filho, representante da companhia, Guilherme Alvarenga Andrade.

Nas figuras 3 e 4 pode-se ver, respectivamente, a entrada e a fachada da Suli Imóveis, sendo esta uma corporação que acredita na construção de relacionamentos a longo prazo com os clientes, colaboradores, parceiros e fornecedores, oferecendo um ambiente agradável para trabalho e negócios, venda, aluguel e administração de imóveis e lotes, além da gerência de condomínios de prédios, em Lavras e cidades da região.

Figura 1- ABA Material de construção.



Fonte: ABA (2019)

Figura 2- EletroSuli.



Fonte: Informações sobre empresas (2019)

Figura 3- Suli Imóveis.



Fonte: GoogleMaps (2019)

Figura 4- Fachada Suli Imóveis



Fonte: Arquivo Pessoal.

2.2. MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA

2.2.1. Missão da empresa:

“Proporcionar atendimento de excelência, atendendo necessidades e buscando inovações tecnológicas. Prezando sempre pela segurança exigida em transações imobiliárias. Através de vendas consultivas, proporcionar o caminho mais fácil da Casa Própria, imóvel ou investimento aos seus clientes, tornando “O Sonho” em realidade.”

2.2.2. Visão da empresa:

“Tornar-se líder no mercado imobiliário em Lavras e região. Com credibilidade, gerar rentabilidade e lucratividade á seus clientes e investidores.”

2.2.3. Valores da empresa:

“**Excelência com Simplicidade:** Quando buscamos a excelência nas coisas que fazemos procuramos dar o nosso melhor; e isso, junto à simplicidade, enobrece qualquer trabalho desenvolvido. A simplicidade é uma maneira de admitirmos que na busca pela excelência o aprendizado tem que ser constante.”

2.3. PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

Como os próprios valores da imobiliária já deixam claro, os serviços prestados por ela possuem o propósito de realizar o sonho de morar bem e possuir a casa própria, além de dar segurança para ambas as partes (locador e locatário) e facilitar a lucratividade dos proprietários de imóveis. Abaixo se apresenta a descrição dos principais produtos e serviços oferecidos:

2.3.1. Os principais serviços prestados:

- **Venda:** a imobiliária realiza a intermediação das vendas de terrenos, imóveis comerciais e residenciais. Facilita a vida dos titulares desses, assumindo a responsabilidade de apresentar o produto e providenciar toda a documentação necessária. Quando vendido por outra imobiliária ou pelo próprio dono, a imobiliária não cobra nada, e quando é vendido pela Suli, a mesma recebe uma comissão.

- **Locação:** como na venda dos imóveis, a imobiliária é a intermediária entre locador e locatário, ficando com a responsabilidade da elaboração dos contratos, repasses de alugueis e vistorias iniciais e finais para garantir que o inquilino entregue o imóvel do mesmo modo que obteve, evitando prejuízos aos proprietários.
- **Administração de Imóveis:** após alugado, a imobiliária entra com o processo de administração do imóvel, ficando sempre alerta com as condições que o mesmo se encontra, além de garantir que os locatários mantenham os alugueis e contas sempre em dia.
- **Administração de condomínio:** neste caso, a imobiliária recebe uma taxa pelo serviço prestado, gerenciando e pagando todas as contas e gastos em comum de um prédio (água e luz da área em comum, gastos não fixos como algo que quebrou por mau uso, faxinas, produtos de limpeza, entre outras coisas), tabelando e dividindo o valor total pelo número de apartamentos existentes no edifício. O valor é repassado para imobiliária para que esta possa realizar os pagamentos.

2.3.2. Os principais produtos oferecidos:

- **Casas e apartamentos:** Ambos para uso residencial, podendo ser oferecidos para venda e/ou locação.
- **Salas comerciais, cômodos e galpões:** São oferecidos para uso comercial e também podem ser encontrados para venda ou locação.
- **Lotes:** Os lotes ou terrenos podem ser adquiridos em loteamentos ou bairros já populados e se encontram para venda.
- **Sítios e chácaras:** Casas encontradas em localidade rural que são vendidas e alugadas para uso residencial ou comercial. A Suli Imóveis não trabalha com locação para temporadas.

2.4. DA CAPTAÇÃO DO IMÓVEL A CONCRETIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Para que haja imóveis disponíveis, é preciso captá-los, o que pode ser feito pelos corretores de imóveis que trabalham na companhia, por donos que vão diretamente a imobiliária com o intuito de cadastrar seu imóvel ou com companhias e grupos de investidores. Um exemplo da última opção é o edifício Solar Gaudi, ilustrado pelas figuras 6 e 7. O prédio foi construído por um grupo de investidores familiares que faz a locação dos

apartamentos diretamente e exclusivamente pela Suli Imóveis. Assim como o Solar Gaudi, o Pátio Santana, novo empreendimento de Lavras que neste relatório é ilustrado pelas figuras 8,9,10 e 11, é uma praça de alimentação com locação dos cômodos comerciais exclusivos com a imobiliária.

Para o controle e registros, todos os imóveis que são captados têm suas informações descritas e preenchidas nas fichas de captação, mostrada na figura 5. Elas ficam arquivadas para que se tenha acesso a elas, caso não encontre determinada informação no cadastro do sistema online.

Após encontrar seu imóvel ideal, a venda é efetuada depois dos termos de pagamento serem negociados e o contrato assinado. Já para locação, o locatário escolhe a maneira que vai resguardar o imóvel, podendo ser por 2 (dois) fiadores que assinam o contrato junto ao inquilino, cujo os dois tenham comprovante de renda e um imóvel no nome de cada um, sem que estejam em situação de dívida. A segunda opção é por meio do depósito caução, que é a importância de 3 (três) vezes o valor do aluguel, que após entregue para imobiliária é depositado em uma conta poupança. Quando o morador sair do imóvel, o dinheiro é devolvido com reajuste de poupança, desde que todas as contas, alugueis, IPTU e outras obrigações do inquilino estejam em dia. Assim que se é escolhida a melhor maneira, é realizada uma vistoria no local antes que seja ocupado, para que tudo esteja da mesma maneira quando o imóvel ficar novamente vago.

Tanto para aquisição quanto para locação de um imóvel ou lote, os contratos são padrões, respaldando ambas as partes e evitando conflitos que poderiam existir se fossem diferentes. Os de locação são de 30 meses, com a possibilidade do inquilino se retirar do imóvel após 12 meses, sem multa, contanto que avise com 30 dias de antecedência.

Figura 5- Ficha de captação de imóveis para ilustração.

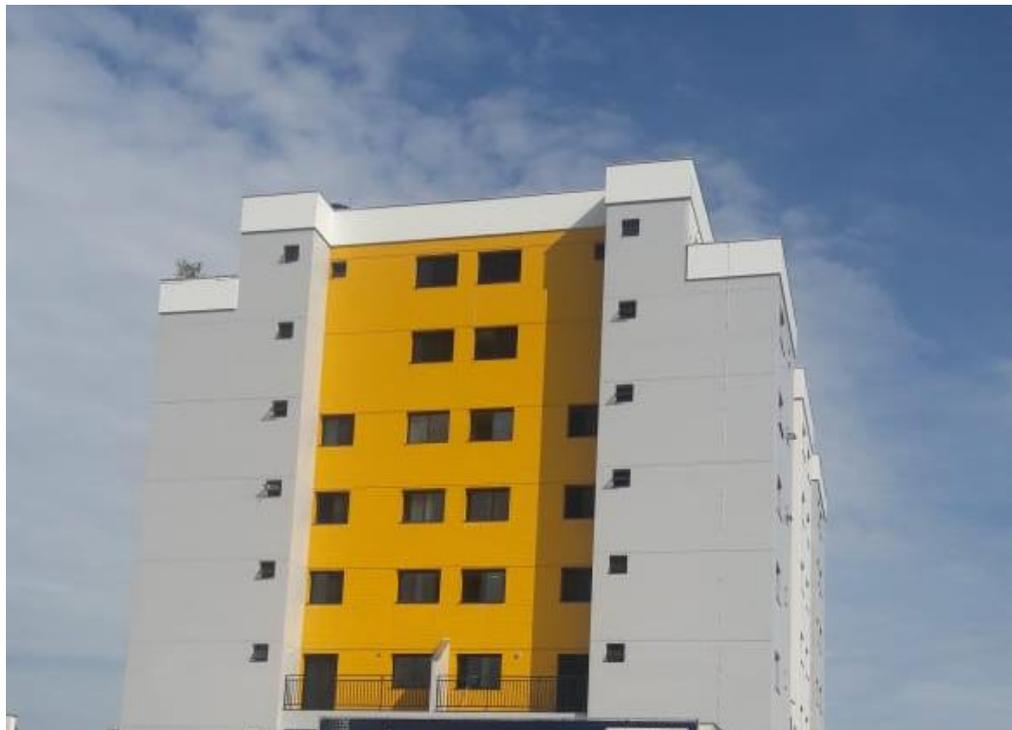
Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 6- Edifício Solar Gaudi I.



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 7- Edifício Solar Gaudi II.



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 8- Pátio Santana I.



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 9- Pátio Santana II.



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 10- Projeto do Pátio Santana I.



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 11- Projeto do Pátio Santana II.

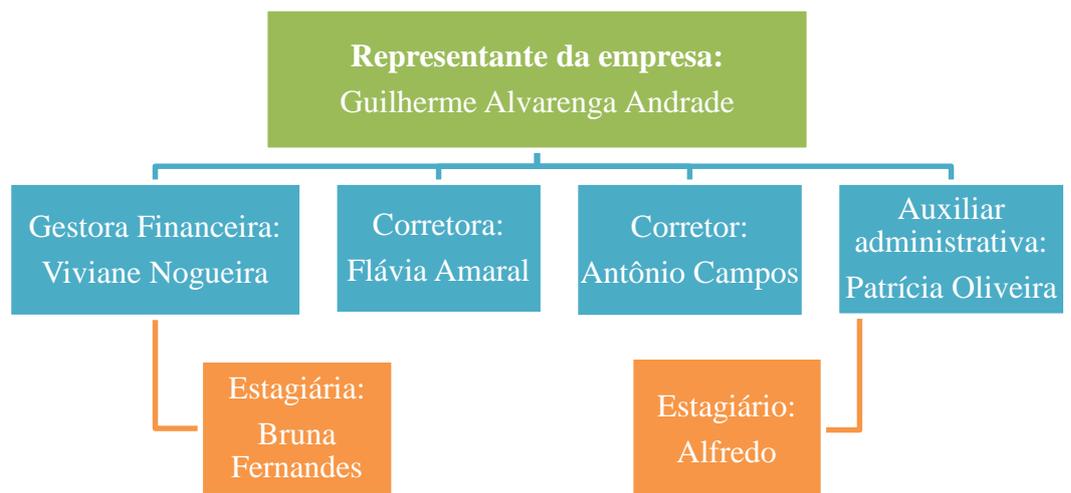


Fonte: Arquivo pessoal.

2.5. ORGANOGRAMA DA EMPRESA

Para que seja mais claro o entendimento sobre a hierarquia da empresa, segue na próxima folha o organograma representativo.

Organograma da empresa.



Autoria própria.

3. ATIVIDADES REALIZADAS NO ESTÁGIO

No decorrer dos 5 (cinco) meses de estágio, diversas atividades práticas foram desempenhadas no campo administrativo, sendo as principais nas área de marketing e finanças, mas realizadas também em outros setores da administração.

Segue abaixo um gráfico com as horas totais de determinadas áreas e na folha seguinte se encontra uma tabela com as horas de ocupação em cada atividade.

Gráfico 1- Horas de ocupação nas atividades em cada área.



Fonte: Autoria própria.

Tabela 1- Horas de ocupação em cada atividade.

Área	Atividade	Horas
Marketing	Gerenciamento das redes sociais	180 h.
Marketing	Apresentações para reuniões e postagens em geral	15 h.
Finanças	Emissão de contas para pagamentos e recebimentos	26 h.
Finanças	Baixa de parcelas no sistema	45 h.
Finanças	Baixa e organização do caixa físico e extrato da Caixa Econômica Federal	70 h.
Finanças	Gerenciamento de condomínios	28 h.
Recursos humanos	Administração do ambiente de trabalho	12 h.
Produção	Captações	4 h.
Produção	Cadastro de pessoas e imóveis	30 h.
Produção	Redigir contratos	6 h.

Fonte: Autoria própria.

3.1. ATIVIDADES REALIZADAS NA ÁREA DE MARKETING

3.1.1. Gerenciamento das redes sociais

No estágio, a divulgação dos produtos (imóveis), postagens e atendimento por meio das redes sociais e site foi de responsabilidade da estagiária em questão.

Quando a discente foi inserida no ambiente de trabalho, a rede social mais utilizada era o Facebook. O Instagram, embora existisse, não era muito utilizado e possuía poucos seguidores e não havia padronização. Como será descrito em breve, todos esses transtornos foram solucionados e fizeram parte do desenvolvimento dessas atividades.

O gerenciamento das redes sociais conta com publicações no site, Facebook e Instagram, padronização das postagens, atendimento virtual pelo chat e direct e respostas de comentários.

3.1.2. Apresentações para reuniões e postagens em geral

Se tratando de grandes negócios, as reuniões com potenciais investidores eram esclarecedoras e precisavam passar a imagem que a Suli queria. Assim, essas apresentações eram feitas pela estagiária, sendo estes posts ocasionais como, por exemplo, de oportunidade de empregos.

3.2. ATIVIDADES REALIZADAS NA ÁREA DE FINANÇAS

3.2.1. Emissão de contas para pagamentos e recebimentos

Uma das atividades mais realizadas no período estagiado foi a geração de contas, tanto de cobrança para recebimento, quanto para pagamentos. Seguindo o padrão do sistema, era possível gerar contas que mostravam toda a entrada e saída de caixa, tanto físico quanto por bancos. Toda essa movimentação era registrada e precisava que uma fatura fosse gerada para que ficasse claro tudo que se era gasto e todo o dinheiro recebido, ou seja, o fluxo de caixa.

As principais contas emitidas pela imobiliária de pagamentos são repasses de alugueis, salários, pagamentos de contas e compras realizadas para os condomínios. Por outra perspectiva, as principais contas emitidas de recebimento são de alugueis, condomínios, entre outros.

3.2.2. Baixa de parcelas no sistema

Após a emissão das contas geradas, elas eram pagas até o prazo de validade. As contas a receber também possuíam data máxima para pagamento, após o vencimento, eram acrescidos juros e multa.

Até serem pagas, as contas ficam em aberto no sistema e, apenas após o pagamento/recebimento ser realizado que se podia dar baixa na parcela, nela continha a informação da data que foi realizada a prestação.

3.2.3. Baixa e organização do caixa físico e extrato da Caixa Econômica Federal

Depois que as parcelas são baixadas, o recibo que o sistema gera é impresso e anexado ao comprovante de pagamento. Todos eles são colocados em ordem de acordo com a data e depois arquivados de modo que fiquem fáceis e acessíveis caso precisem ser resgatados futuramente. Esse processo é concretizado no caixa físico e na movimentação bancária. Acessando o extrato da Caixa Econômica Federal, os valores apresentados eram comparados com os abertos no sistema, e após terem baixas, era organizado também de acordo com a data da operação, na figura 12 pode ser visto esta organização em um dos extratos da Caixa Econômica Federal.

Figura 12- Extrato da Caixa Econômica Federal pronto para arquivamento.



Fonte: Arquivo pessoal.

3.2.4. Gerenciamento de condomínios

Embora não seja o foco principal da imobiliária, ela administra o condomínio de 3 (três) prédios da cidade. Todos os serviços prestados nos prédios e materiais necessários são fornecidos pela Suli. Estes gastos junto com contas da área em comum do prédio são listadas, tabeladas e seu valor total final é dividido pelo número de apartamentos existentes no prédio.

Feito isso, são confeccionadas cartas com a prestação de contas, como nas exibidas na figura 13, que são emitidas para cada morador individualmente. Os mesmos valores são lançados no sistema para que se tenha controle de quem pagou (através da baixa da parcela) e de quem ainda falta pagar.

Figura 13- Cartas de prestação de contas de condomínio prontas para serem enviadas.



Fonte: Arquivo pessoal.

3.2.5. Alterações realizadas no setor financeiro

Quando a discente foi integrada ao ambiente de trabalho, mais especificamente na área financeira, as contas que eram geradas tanto de recebimento quanto de pagamento, eram lançadas no sistema e os pagamentos podiam ser efetuados direto na Suli, por meio do caixa físico, como pela Caixa Econômica Federal. Entretanto, quando os depósitos eram realizados na conta, nem sempre era fácil identificar o autor daquele ato. Os devedores algumas vezes não depositavam o valor correto da cobrança, e nem enviavam os comprovantes de depósito, o que deixava o trabalho ainda mais difícil. Além disso, com essa opção disponível, as pessoas com as contas já vencidas, não pagavam multa nem juros e era muito complexo para imobiliária ter controle desta situação.

Pensando na credibilidade da empresa e na facilidade e otimização do tempo no dia-a-dia da empresa, passaram a ser emitidos boletos bancários, facilitando assim o controle das contas atrasadas e o cálculo de multa. Como o processo passou a ser realizado exclusivamente nas lotéricas e bancos, o trabalho na imobiliária passou a não ser interrompido mais com frequência, e o dinheiro era resgatado no valor exato das cobranças. Além disso, assim que os pagamentos são efetuados, as parcelas do sistema são baixadas automaticamente, algo que antes seria feito de modo manual.

3.3.ATIVIDADES REALIZADAS NA ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

3.3.1. Administração do ambiente de trabalho

Um espaço de trabalho harmônico e limpo pode transformar todo o ambiente. A Suli oferece um layout que dá fácil acesso aos materiais necessários e procura manter o lugar sempre limpo e organizado, assim, trazendo comodidade e aconchego para os seus colaboradores e clientes. Para que fique mais claro o entendimento da disposição dos móveis e utensílios necessários para o trabalho, as figuras de 15 a 21 mostram uma representação do layout atual da empresa.

Além do layout elaborado e o design aconchegante, a empresa proporciona itens de segurança, tais como, corrimão nas escadas, extintores, alarme de incêndio e câmeras de segurança, itens que podem ser presenciados na figura 14.

Figura 14- Acesso ao pavimento superior com corrimão.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 15- Projeto da empresa- térreo.



Fonte: Autoria própria.

Figura 16- Projeto da empresa – pavimento superior.



Fonte: Autoria própria.

Figura 17- Layout da recepção - térreo.



Fonte: Autoria própria.

Figura 18- Layout do ambiente de trabalho da estagiária - térreo.



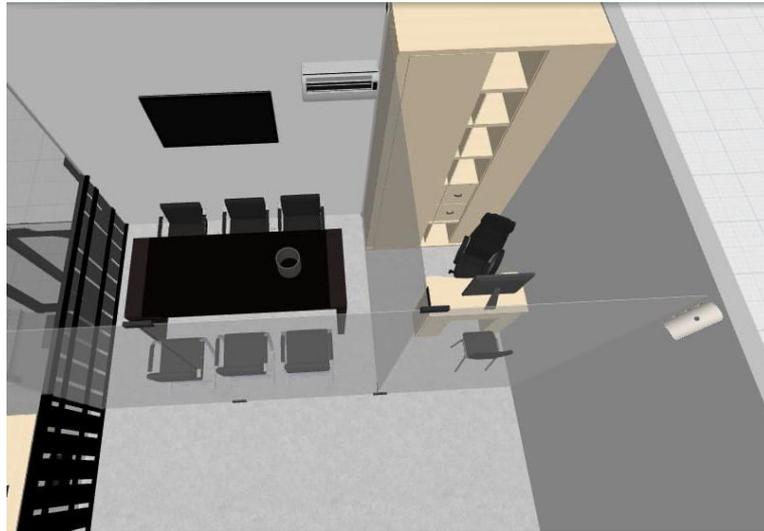
Fonte: Autoria própria.

Figura 19- Layout do pavimento superior – área financeira e sala de reuniões.



Fonte: Autoria própria.

Figura 20- Layout sala de reuniões e sala da chefia – pavimento superior.



Fonte: Autoria própria.

Figura 21- Layout da cozinha – pavimento superior.



Fonte: Autoria própria.

Para auxiliar e manter esse arranjo, foi realizada a organização do painel de chaves, retirando todos os molhos de imóveis que já tinham sido alugados e vendidos. As que restaram foram colocadas por ordem do número de ID (identificação) e por cores de chaveiros onde os transparentes eram de imóveis para locação e os azuis para imóveis à venda, esta mudança pode ser observada na figura 22.

Assim como o painel de chaves, os documentos da parte financeira que estavam em pastas suspensas, mas não possuíam um lugar adequado para serem guardados e, por isso,

acabavam estragando e amassando, foram organizados por ordem alfabética em caixas, apresentada na figura 23.

As fichas de captações e o arquivo morto passaram pelo mesmo processo. Todas as captações que não estavam mais disponíveis foram para o arquivo morto, e o mesmo foi organizado por ordem de ID.

Figura 22- painel de chaves após a organização



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 23- Caixa de documentos em pastas suspensas após organização.



Fonte: Arquivo pessoal.

3.4. ATIVIDADES REALIZADAS NA ÁREA DE PRODUÇÃO

3.4.1. Captações

Como não era de função da estagiária, e sim dos corretores, as captações realizadas eram com pouca frequência. Ocorria em casos de donos que iam de livre e espontânea vontade na imobiliária para cadastrar o imóvel ou por contato por telefone e redes sociais.

As fichas eram preenchidas com informações do imóvel (endereço, valor, etc) e do dono para contatos posteriores. As informações adquiridas na captação e as fotos tiradas do imóvel alimentavam nosso site e sistema.

3.4.2. Cadastro de pessoas e imóveis

Após as captações, as fichas eram entregues a estagiária que, por sua vez, realizava o cadastro do proprietário com informações adquiridas. O mesmo processo também era feito com o cadastro do imóvel, que era enviado para o site após o processo e estava disponível para demais divulgações.

3.4.3. Redigir contratos

Após a locação ou venda de um imóvel ou lote, o contrato deve ser assinado para que assegure ambas as partes que possuem envolvimento na ação. Os contratos da Suli são padrões e apenas os dados pessoais e do imóvel são alterados.

4. DESCRIÇÃO DO SETOR DE MARKETING

Atualmente, as redes sociais possibilitam a comunicação com um grupo de pessoas que, para uma empresa, resultam em potenciais leads. Na era tecnológica, onde todos estão praticamente o tempo todo conectados, o conteúdo compartilhado, que pode ser acessado por qualquer pessoa, precisa passar a imagem certa e transmitir o que a empresa remete.

“[...] se por um lado, redes sociais relacionam-se pessoas conectadas em função de um interesse em comum, mídias sociais associam-se conteúdos (textos, imagem, vídeo etc.) gerados e compartilhados pelas pessoas nas redes sociais. Dessa forma, tanto redes sociais quanto mídias sociais, em sua essência, não tem nada a ver com tecnologia, mas com pessoas e conexões humanas.” (GABRIEL, 2010, p.202).

Neste contexto, é possível perceber o quão importante esse conteúdo é, uma vez que se trata diretamente de conexões entre pessoas, e não somente de meras imagens, mesmo que este atrelamento não seja de um modo físico.

Desta maneira, serão apresentadas abaixo as atividades desempenhadas, que facilitaram e possibilitaram ainda mais a comunicação entre os indivíduos e a empresa tratada, e como as modificações e as novas abordagens realizadas contribuíram pra isso.

4.1. Gerenciamento das redes sociais

A divulgação de produtos e serviços na era tecnológica faz uma grande diferença nos resultados de uma empresa. Se tratando de um comércio imobiliário em uma cidade universitária, com grande rotatividade de jovens, é ainda mais importante esta conexão. No estágio, a divulgação dos produtos (imóveis), postagens e atendimento por meio das redes sociais e site eram de responsabilidade da estagiária em questão.

Quando a discente foi inserida no ambiente de trabalho, a rede social mais utilizada era o Facebook. O Instagram, embora existisse, não era muito utilizado.

4.2. Problemas encontrados

O primeiro problema encontrado foi a falta de uso do Instagram e a falta de seguidores no mesmo. Além disso, o Facebook estava com duas páginas, além do perfil que é utilizado para postagens nos grupos (que não podem ser realizados por uma página), quando se procurava “Suli Imóveis” na aba de busca, o primeiro a aparecer era a página “errada” com um menor número de seguidores e que não era utilizada.

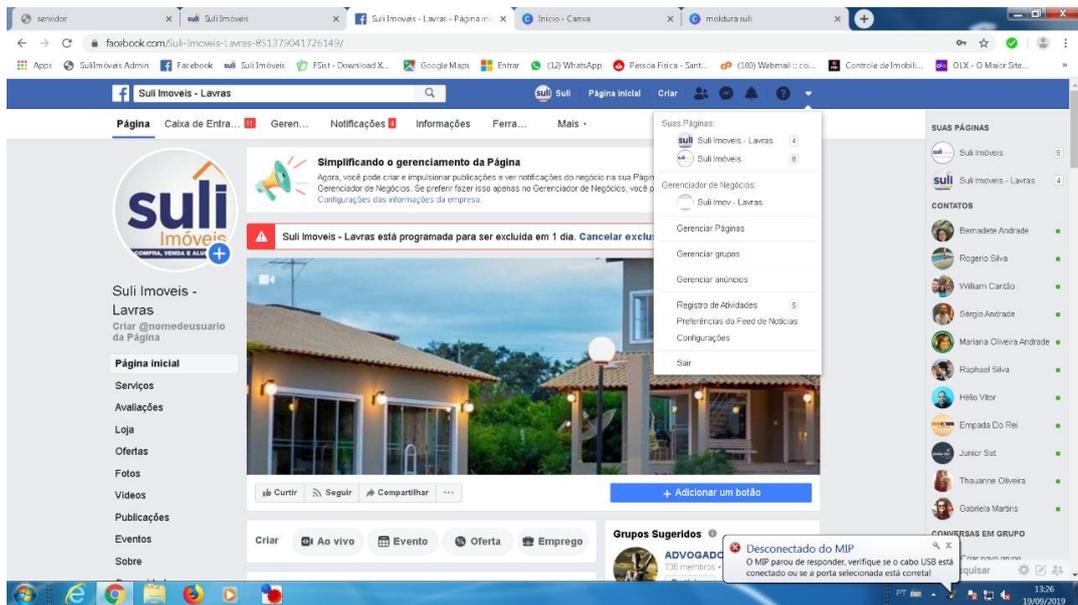
Além disso, ambas as redes sociais não possuíam padronização em suas postagens, o que deixava os perfis um tanto quanto bagunçados.

4.3. Alterações nas atividades realizadas

A primeira solução tomada e mais fácil delas foi excluir a página do Facebook que havia apenas publicações antigas, o pedido de exclusão pode ser presenciado na figura 24. Dentro de 15 dias a rede social possibilita a exclusão, assim resolvendo um problema.

No site (figura 25) eram cadastrados todos os imóveis captados, se tratando da área de marketing, era de grande importância que o título fosse chamativo e que as fotos publicadas fossem selecionadas, indo ao ar apenas as melhores e tomando o cuidado para que não fossem postadas fotos embaçadas, números de placas de carros, entre outras coisas.

Figura 24- Pedido de exclusão da segunda página



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 25- Filtro de busca do site da empresa. Tela principal do site



Fonte: Instagram Suli Imóveis, 2019.

O Instagram, sendo uma das redes sociais mais populares atualmente, precisava ser ativado novamente. Como nossa maior interação com o público era pelo Facebook, por ele proporcionar maior facilidade de comunicação, e pelo Instagram possuir um número limitado de fotos que poderiam ser publicadas, a decisão foi de fazê-lo mais atrativo e dinâmico, para chamar a atenção para a imobiliária e os demais meios de acesso aos nossos imóveis (site, Facebook, e-mail, Whatsapp e nosso espaço físico) assim, as postagens do Instagram foram realizadas com menos frequência e com imóveis e temas selecionados. Enquanto o Facebook tinha de 5 (cinco) a 6 (seis) postagens diárias, o Instagram tinha 3 (três) postagens semanais, procurando promover sempre um feed harmônico e organizado. Na bio pode-se encontrar o link que dá acesso ao site e ao Whatsapp, representado pela figura 26.

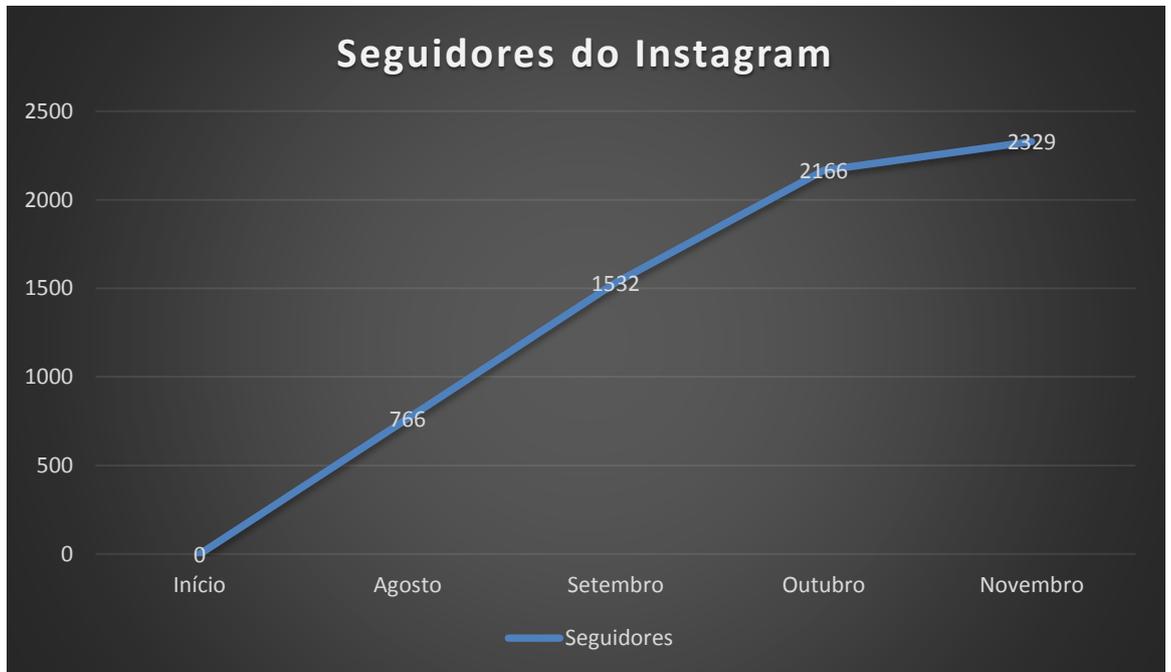
Figura 26- Acesso ao whatsapp ou site pelo Instagram



Fonte: Arquivo pessoal.

Em 3 (três) meses o número de seguidores do Instagram passou de 766 para 2329, um aumento considerável. O tempo de controle foi de 08/08/19 a 05/11/19. O gráfico na página seguinte ilustra este ganho.

Gráfico 2- Seguidores do Instagram



Fonte: Autoria própria.

Em relação à padronização das postagens, no começo da empresa existia um padrão de imagens que parou de ser utilizado depois de um tempo (figura 27). Assim que a discente obteve acesso as redes sociais, foi criado outro padrão inicial para as imagens, que foi utilizada por algumas semanas (figura 28). Sabendo da necessidade do marketing, foi contratado um serviço terceirizado para posts institucionais, portanto o padrão para as imagens foi alterado para a harmonização dessas postagens institucionais (figura 29), uma vez que essas publicações eram terceirizadas, mas as publicações de casas ainda eram de responsabilidade da estagiária. Os posts que haviam sido feitos no modelo de padrão inicial foram repostadas. Foram criados também modelos de textos para o Instagram. No Facebook, a parte escrita já era padronizada, então apenas passou por leves alterações. O mesmo modelo de padrão de imagens passou a ser utilizado no Facebook. Com estas alterações, as redes sociais da empresa, em especial o Instagram, ficou harmônico e atrativo, como se pode notar na figura 30.

O gerenciamento das redes sociais também incluía o atendimento online por meio do chat, as respostas dos comentários dos posts, entre outras atividades que agregavam visibilidade e excelência às redes.

Figura 27- Padrão de postagem antigo



Fonte: Facebook, 2019.

Figura 28- Padrão de postagem inicial, anterior a terceirização das publicações institucionais



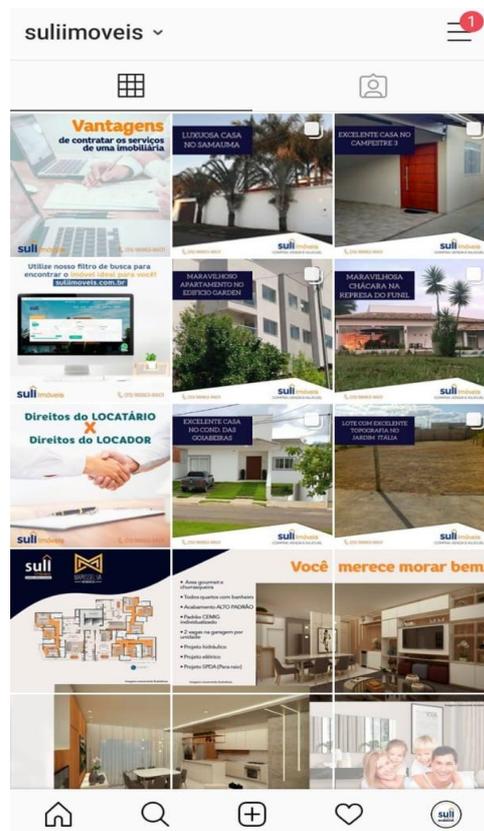
Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 29- Padrão de postagem atual, após a terceirização das postagens institucionais



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 30- Feed do Instagram em outubro, 2019



Fonte: Arquivo pessoal.

4.4. Meios de divulgação da empresa

Mesmo que as redes sociais sejam importantes e atrativas, outros meios de divulgação da empresa são importantes. A Suli Imóveis sabe que, no seu ramo de negócio, onde se depende de pessoas (clientes), a imagem da empresa precisa ser transmitida e divulgada.

Pensando nisso, foram colocados outdoors de empreendimentos com venda e locação exclusiva da imobiliária apresentado na figura 32, assim como outdoor da própria empresa, este apresentado na figura 31. Foi alugado também um muro, onde foi realizada uma pintura da logo e informações da empresa. As duas formas de divulgação foram colocadas em lugares estratégicos (perimetral: próximo a prefeitura e próximo a UFLA).

Os motoboys terceirizados da empresa possuem em seu baú a logo da Suli Imóveis, assim como de seus parceiros do grupo, ABA e Eletro Suli, se tornando um marketing móvel, como mostrado na figura 33.

Figura 31- Outdoor com informações sobre a empresa, próximo a UFLA



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 32- Outdoor do Marisselva- empreendimento com venda exclusiva da Suli Imóveis



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 33- Moto com baú com a logo da Suli Imóveis



Fonte: Arquivo pessoal.

4.5. Apresentações para reuniões e postagens em geral

Principalmente para negócios grandes (loteamentos, aquisições na planta, entre outros) as reuniões de negócio são esclarecedoras e uma oportunidade de conquistar investidores e clientes. Os slides de apresentação precisam passar a imagem da empresa, de confiança e organização, para persuasão dos mesmos. A estagiária também era responsável por esta questão. Algumas das apresentações criadas por ela estão apresentadas nas figuras 34, 35 e 36.

Como já citado a cima, os posts institucionais eram terceirizados, e a maior parte das publicações eram de casas, entretanto, ocasionalmente era preciso fazer outras postagens, como por exemplo, de oportunidade de emprego e estágio (figura 37).

Figura 34- Apresentação feita para a reunião de negócios



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 35- Apresentação do empreendimento Marisselva I

Excelente oportunidade de investir ou para se tornar o seu Lar!



RESIDENCIAL MARISSSELVA

- Empreendimento com 8.200 m² de área construída
- Preços fechados - sem acréscimo no decorrer de 5 anos.

Toda a execução e administração da obra feita pela Constru Suli Construtora e Incorporadora, que investe na construção na cidade de Lavras- M.G. há mais de 30 anos.



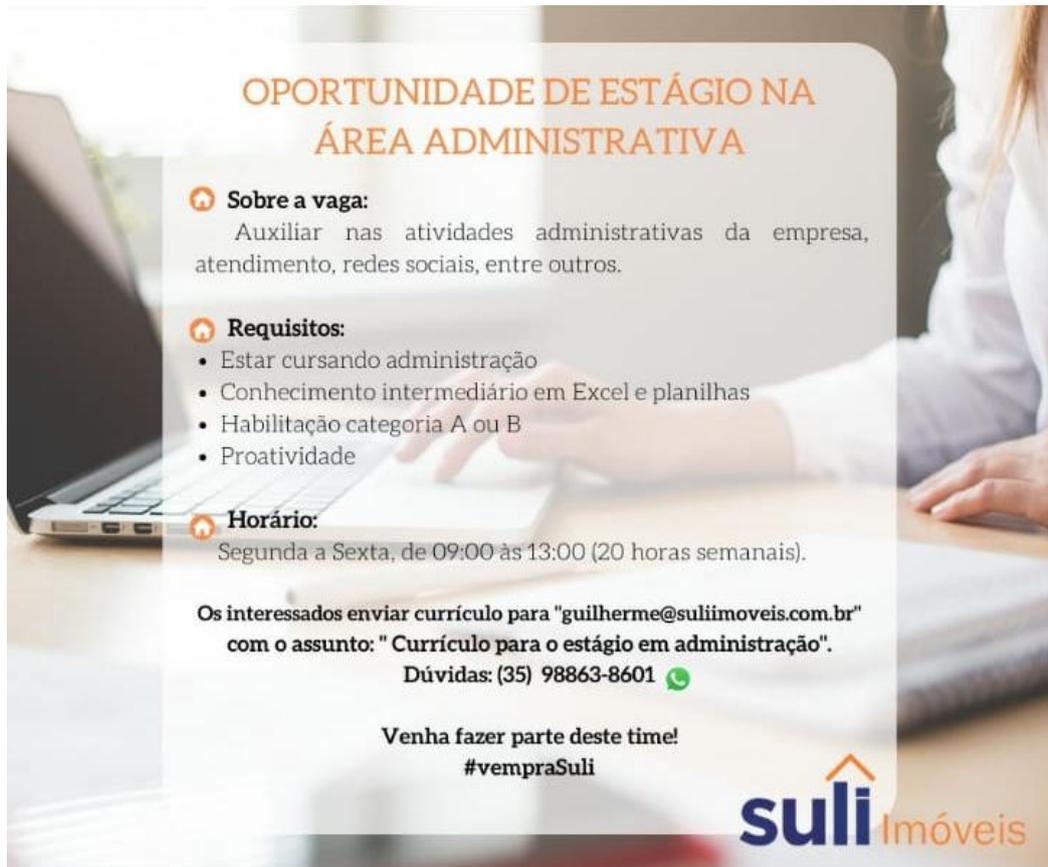
Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 36- Apresentação do empreendimento Marisselva II



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 37- Post de oportunidade de estágio



**OPORTUNIDADE DE ESTÁGIO NA
ÁREA ADMINISTRATIVA**

Sobre a vaga:
Auxiliar nas atividades administrativas da empresa, atendimento, redes sociais, entre outros.

Requisitos:

- Estar cursando administração
- Conhecimento intermediário em Excel e planilhas
- Habilitação categoria A ou B
- Proatividade

Horário:
Segunda a Sexta, de 09:00 às 13:00 (20 horas semanais).

Os interessados enviar currículo para "guilherme@sulimoveis.com.br"
com o assunto: "Currículo para o estágio em administração".
Dúvidas: (35) 98863-8601 

Venha fazer parte deste time!
#vempraSuli

suli Imóveis

Fonte: Arquivo pessoal.

5. CONCLUSÕES

A realização de um estágio é de grande importância para a evolução profissional de um futuro administrador. Ao desenvolver atividades práticas, é adquirida uma relação mútua onde, a matéria da sala de aula torna-se mais compreensível e atrativa, e a teoria dessas disciplinas aplicadas ao dia-a-dia no estágio, ajudam a resolver os trabalhos práticos da melhor maneira possível.

O estágio que foi realizado na imobiliária Suli trouxe a estagiária um grande diferencial competitivo e uma oportunidade de desenvolvimento pessoal e profissional, lhe dando a chance de ser uma administradora mais completa e experiente para o mercado de trabalho, mostrando como pequenos fatores podem alterar grandes processos. Assim, o conhecimento adquirido será fundamental para a carreira profissional da discente.

6. SUGESTÕES DE MELHORIAS

O mundo está sempre em constantes mudanças, portanto uma companhia nunca pode se estabilizar. A Suli Imóveis procura sempre se diferenciar e mostrar todo seu potencial, alcançando sua vantagem competitiva.

No momento, algumas ideias estão sendo estudadas e testadas para que possam ser colocadas em prática. Um exemplo disso é o tour virtual 360 no site, onde a visitante online pode se direcionar e mover “dentro da casa”. Nenhum outro site desse setor em Lavras possui algo parecido, e seria de grande acréscimo para a imagem da empresa. Entretanto é uma produção de valor elevado, portanto está nos pensamentos futuros da empresa.

Outra ideia que já está sendo examinada é a contratação de um fotógrafo profissional, para que as fotos estejam sempre com a melhor qualidade possível. O custo benefício ainda está sendo analisado.

Se tratando de melhorias que não necessitam de autorização do superior da empresa e nem de recursos financeiros, mas que faria muita diferença, podemos citar a organização dos horários de almoço. Por ser um horário que muitas pessoas vão até a empresa, o local nunca pode estar vazio e os colaboradores responsáveis pelo atendimento deveriam se organizar para estar pelo menos uma pessoa lá. Assim, cuidar para não marcar encontros com clientes e não programar atividades exteriores ao prédio nesse espaço de horário. Os atrasos devem ser sempre policiados para que não ocorra com frequência, apenas em casos extremos. A comunicação entre todos também é muito importante, para que todos possam passar informações adequadas e corretas para as pessoas que nos procuram para ter mais informações e tirar suas dúvidas. Todas essas pequenas mudanças podem contribuir para não passar a imagem de desorganização para os clientes.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABA ACABAMENTO E CONSTRUÇÃO. Quem Somos. Disponível em: <www.redegminas.com.br/lojas_rede/loja2_quem_somos.php?id=9> Acesso em: 06 de nov. de 2019.

ELETRO SULI. A empresa. Disponível em: <www.eletrosuli.com.br/loja/pagina.php?id=22&t=a-empresa#breadcrumb> Acesso em: 06 de nov. de 2019.

SULI IMÓVEIS. Sobre nós. Disponível em <www.suliiMOVEIS.com.br/sobre-nos> Acesso em: 06 de nov. de 2019.

INFORMAÇÕES SOBRE EMPRESAS. Disponível em: <br.infoaboutcompanies.com/Catalog/Minas-Gerais/Lavras/Loja-de-Bricolagem/Eletro-Suli> Acesso em: 06 de nov. de 2019.

GOOGLE MAPS. Suli Imóveis. Disponível em: <www.google.com/maps/uv?hl=pt-BR&pb=!1s0x94caad2aa43e619b%3A0xba6544740d22630d!3m1!7e115!4shhttps%3A%2F%2F5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipOaOBC6HUAYSKAKq0Ver4r2-YSBzkHdSgeZg-8f%3Dw120-h160-k-no!5ssuli%20imoveis%20lavras%20-%20Pesquisa%20Google&imagekey=!1e10!2sAF1QipNkcwCs14y1XhsXR5tPIYUmwNl5frG59cII4W4A&sa=X&ved=2ahUKEwiz7JzUzNDIAhVBHLkGHcjdCLMQoiowCnoECAwQBg> Acesso em: 06 de nov. de 2019.

GABRIEL, Martha. Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010.