

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROF. ARMANDO JOSÉ FARINAZZO CENTRO  
PAULA SOUZA

Arisvaldo Araujo de Sena  
Daniel Gasparini Filho  
Iam Augusto da Costa Carrinho  
Vitor Trajano de Oliveira Dalponti

VISÃO 360°

Fernandópolis  
2019

Arisvaldo Araujo de Sena  
Daniel Gasparini Filho  
Iam Augusto da Costa Carrinho  
Vitor Trajano de Oliveira Dalponti

## VISÃO 360º

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de Técnico em Administração, no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Thiago Alves da Cruz.

Fernandópolis  
2019

Arisvaldo Araújo de Sena  
Daniel Gasparini Filho  
Iam Augusto da Costa Carrinho  
Vitor Trajano de Oliveira Dalponti

## VISÃO 360º

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como exigência parcial para  
obtenção da Habilitação Profissional  
Técnica de Nível Médio de Técnico em  
Administração, no Eixo Tecnológico de  
Gestão e Negócios, à Escola Técnica  
Estadual Professor Armando José  
Farinazzo, sob orientação do Professor  
Thiago Alves da Cruz

Examinadores:

---

Thiago Alves da Cruz

---

Fatima Perez da Silva

---

Maira de Matos Sobreira

Fernandópolis  
2019

## DEDICATÓRIA

A minha querida família que me apoiou na passagem desta etapa tão importante da minha vida.

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, por ter nos apoiados e dado forças para chegarmos até aqui, aos nossos pais, irmãos, amigos e professores, que contribuíram sobremaneira para a realização de nossos estudos e para a nossa formação como seres humanos.

## EPÍGRAFE

“Lembre-se que as pessoas podem tirar tudo de você, menos o seu conhecimento.”

Albert Einstein

## RESUMO

O presente projeto Visão 360° é uma ideia que visa melhorias para o setor imobiliário, voltado para a área de marketing, aplicando uma ferramenta de visualização de imagens que vem ganhando cada vez mais espaço e conceito positivos em várias áreas aplicadas. Tem como objetivo, propor melhorias na visualização dos imóveis de forma que alavanque os negócios das imobiliárias e introduzir um novo conceito usando a tecnologia 360°. Através do mesmo será possível mostrar para o cliente final um novo método de ver um imóvel em vários ângulos diferentes, criando assim uma impressão mais realista, de seu futuro empreendimento imobiliário. Por meio das pesquisas realizadas no setor, chegou-se à conclusão que o projeto será viável, pois após os levantamentos financeiros pode-se ter a convicção que a empresa terá uma rentabilidade em breve.

Palavras – chaves: Ângulos. Imobiliárias. Imagens. Rentabilidade. Tecnologia.

## ABSTRACT

This project 360° Vision is an idea that aims for improvements to the real estate sector, focused on the marketing area, applying an image visualization tool that has been gaining more space and positive concept in various applied areas. It aims to propose improvements in the visualization of real estate in order to leverage the real estate business and introduce a new concept using 360° technology. Through this it will be possible to show the end customer a new method of viewing a property from many different angles, thus creating a more realistic impression of their future real estate development. Through research conducted in the sector, it was concluded that the project will be viable, because after the financial surveys one can have the conviction that the company will have a profitability in the near future.

Keywords: Angles. Real estate Images. Profitability. Technology.

## Lista de Figuras

Figura 1 - Organograma .....	19
Figura 2 - Canvas .....	20
Figura 3 - Layout .....	23
Figura 4 - Layout Mapa de Risco.....	34
Figura 5 - Mapa de Risco .....	34
Figura 6 - Matriz BCG/ CVP .....	40
Figura 7 - Uniforme.....	42

## SUMÁRIO

### Capítulo I

<b>1</b>	<b>Histórico</b> .....	<b>16</b>
1.1	MISSÃO .....	16
1.2	VISÃO .....	16
1.3	VALORES .....	17
<b>2</b>	<b>APRESENTAÇÃO DA EMPRESA</b> .....	<b>18</b>
2.1	DADOS DA EMPRESA .....	18
2.2	FORMA JURÍDICA .....	18
2.3	ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO.....	18
2.4	CONTRATO SOCIAL .....	19
2.5	ORGANOGRAMA DA EMPRESA.....	19
2.6	CANVAS DO MODELO DE NEGÓCIO .....	20
<b>3</b>	<b>PRODUÇÃO/ SERVIÇOS E DISTRIBUIÇÃO</b> .....	<b>21</b>
3.1	FORNECEDORES .....	21
3.1.1	PROSPECÇÃO DE FORNECEDORES .....	21
3.1.2	POLÍTICA DA EMPRESA COM OS FORNECEDORES .....	22
3.1.3	FORNECEDORES DA EMPRESA .....	22
3.2	LAYOUT .....	22
3.3	MÉTODO DE PRODUÇÃO .....	23
3.4	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO .....	24
3.5	MANUTENÇÃO .....	24
3.5.1	TIPOS DE MANUTENÇÕES .....	24
3.5.2	Política de Manutenção da Empresa .....	24
3.6	Distribuição e Transporte .....	25
3.7	Alianças Estratégicas .....	25
<b>4</b>	<b>Gestão de Pessoas</b> .....	<b>26</b>

4.1	Planejamento de Recursos Humanos .....	26
4.2	Descrição de Cargos e Salários .....	26
4.3	Recrutamento .....	27
4.4	Recrutamento Interno .....	27
4.4.1	Recrutamento Externo .....	28
4.5	Seleção .....	28
4.6	Admissão .....	29
4.6.1	Contrato de Trabalho e Registro na CTPS .....	29
4.6.2	Exame Médico admissional .....	29
4.7	Integração .....	29
4.7.1	Manual de Integração .....	30
4.8	Treinamento .....	30
4.8.1	Operacional .....	30
4.8.2	Técnico .....	31
4.9	Benefícios .....	31
4.9.1	Sociais/ Legais .....	31
4.9.2	Espontâneas .....	31
4.10	Remuneração .....	31
4.10.1	Folha de Pagamento .....	32
4.10.2	Demonstrativo de pagamento / pró-labore .....	32
4.11	Avaliação de desempenho .....	32
4.12	Segurança no trabalho .....	33
4.12.1	Mapa de Risco .....	33
4.12.2	NRs utilizada na empresa .....	34
4.13	Qualidade de vida .....	35
4.14	Desligamento .....	35
4.15	Outsourcing .....	35

<b>5</b>	<b>Planejamento de Marketing</b>	<b>36</b>
5.1	Briefing	36
5.2	Definição do Público Alvo	36
5.3	Comportamento do Consumidor	37
5.3.1	Fatores Culturais	37
5.3.2	Fatores Sociais	37
5.3.3	Fatores Pessoais	37
5.3.4	Fatores Psicológicos	38
5.4	O Composto de Marketing	38
5.4.1	Produto	38
5.4.2	Preço	38
5.4.3	Praça	39
5.4.4	Promoção – Relações com as mídias	39
5.5	Análise do Meio Ambiente – SWOT \ BCG \ CVP	39
5.6	Análise dos Concorrentes	40
5.7	Definição de Objetivos e Metas	41
5.8	Posicionamento no Mercado	41
5.9	Definição da Marca	42
5.9.1	Uniforme	42
5.9.2	Embalagens Manual de Identidade Visual	42
5.10	Endomarketing	42
5.10.1	Motivação	43
5.10.2	Integração	43
5.11	Plano de Fidelização	43
5.12	Estratégias de Pós-vendas & Garantias	44
5.12.1	Marketing Social e Verde	44
<b>6</b>	<b>PLANEJAMENTO FINANCEIRO</b>	<b>45</b>

6.1	INVESTIMENTO FIXO .....	45
6.1.1	RESUMO DO INVESTIMENTO FÍSICO (ORÇAMENTO DE TODA A PARTE DE IMOBILIZADOS DA EMPRESA) .....	45
6.2	INVESTIMENTO FINANCEIRO .....	46
6.2.1	ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS (INVESTIMENTOS FUTUROS, OU DE ORDEM FINANCEIRA COMO AÇÕES, POUPANÇA, RENDA FIXA, APLICAÇÕES, ETC.) .....	46
6.2.2	TOTAL DE INVESTIMENTOS FINANCEIRO .....	47
6.3	INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAIS.....	47
6.4	ESTIMATIVAS DE INVESTIMENTO TOTAL .....	47
6.5	ESTIMATIVAS DO FATURAMENTO MENSAL .....	47
6.5.1	ELABORAÇÃO DO PREÇO DE VENDA.....	47
	Fonte: (do próprio autor, 2019) .....	49
6.6	ESTIMATIVA DE CUSTO COM MATERIAIS / INSUMOS .....	49
6.7	ESTIMATIVA DE CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO.....	49
6.8	ESTIMATIVA DE CUSTOS DE MÃO-DE-OBRA.....	49
6.9	DESPESAS COM DEPRECIAÇÃO.....	50
6.10	ESTIMATIVAS DOS CUSTOS FIXOS MENSAIS .....	50
6.11	DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS.....	51
6.12	INDICADORES DE VIABILIDADE.....	51
<b>7</b>	<b>RESPONSABILIDADE SOCIAL .....</b>	<b>53</b>
	<b>Referências Bibliográficas.....</b>	<b>54</b>

## INTRODUÇÃO

O projeto Visão 360° é uma ideia que visa melhorias para o setor imobiliário, voltado para a área de marketing através da introdução de um recurso de visualização de imagens que vem ganhando cada vez mais espaço e conceito positivos em várias áreas aplicadas. Pretendemos suprir uma grande defasagem que a área citada acima vem tendo quando se fala em avanço tecnológico, visto que o projeto não fará grandes mudanças na empresa para elevar totalmente seu patamar, porém será um começo de um grande passo que possamos dar para o futuro. Nele introduziremos um novo conceito em visualização de imagens usando a tecnologia 360°, através do mesmo será possível mostrar para o cliente final um novo método de ver um imóvel em vários ângulos diferentes, criando assim uma impressão mais realista, de seu futuro empreendimento imobiliário. Visto que o mercado imobiliário está cada vez mais competitivo, o ônus ficará por conta das empresas que deverão se reinventar para atrair melhor seu público, sem dúvida ganhará aquela que mais se destacar e apresentarem as melhores soluções mais eficazes para o consumidor para melhor satisfazê-lo. Através desse novo método pretendemos proporcionar agilidade, conforto e segurança para aquelas empresas que querem se destacar perante seus concorrentes, e mostrar para seus clientes o empenho que vem buscando para cada vez mais estar propondo ferramentas novas para facilitar na hora da tomada de decisão, criando assim uma redução nos gastos em dinheiro e tempo na hora da apresentação de um imóvel.

## OBJETIVOS

### ✓ Objetivos gerais

Propor melhorias na visualização dos imóveis de forma que alavanque os negócios das imobiliárias.

### ✓ Objetivos específicos

Com os objetivos específicos podemos:

- Inovar a forma de visualização dos imóveis;
- Elevar o patamar da empresa;
- Fornecer um diferencial;
- Proporcionar uma interação maior entre cliente e imóvel.

### ✓ JUSTIFICATIVA

O projeto Visão 360° é uma ideia de proporcionar para pessoas uma nova forma de visualizar os imóveis através das imobiliárias, visando à viabilização na hora da tomada de decisão do cliente em procurar um imóvel para comprar ou alugar. Usando a tecnologia para auxiliar as pessoas a escolherem imóveis com mais segurança, agilidade e praticidade, fazendo assim que os clientes tenham uma impressão fidedigna sobre o espaço, às cores e profundidade, basicamente se sentimento inserido dentro do espaço sem estar dentro dele, através dessa ferramenta

economizaram tempo e visitas desnecessárias. A ideia é proporcionar para as imobiliárias e seus clientes métodos revolucionários para a apresentação do imóvel, usando imagens 360°, deixando evidente a qualidade dos imóveis e o empenha por parte empresa por sempre estar buscando o melhor para os clientes.

## **CAPÍTULO I**

### **1 Histórico**

A Visão 360° é uma empresa que foi fundada no ano de 2018, situada na cidade de Fernandópolis, no estado de São Paulo, na ETEC ARMANDO JOSÉ FARINAZZO, através do curso de Técnico em administração com o propósito de realização do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), tendo como objetivo o público imobiliário, com a intenção de inovar seu modo de apresentação dos imóveis, auxiliando nas vendas e locações. Com um modo de captação de imagens diferenciadas, através de fotos com vários ângulos (360° graus), apresentando aos clientes serviços de qualidade com total segurança e eficiência, tornando seus processos de escolhas mais eficientes.

#### **1.1 MISSÃO**

Buscar a melhor maneira de rentabilizar seu empreendimento, através de inovações e tendências do mercado de visualizações 360°.

#### **1.2 VISÃO**

Se tornar uma empresa reconhecida regionalmente no mercado imobiliário, por ser uma empresa que sempre está buscando o melhor para seus clientes, através de inovações e soluções de seus problemas.

“A visão representa o que a empresa quer ser” (Oliveira, 2005, pag.88).

### **1.3 VALORES**

Mantendo sempre um grande respeito ao nosso cliente, com compromisso de entregar os serviços no prazo combinado, com honestamente ao lidar com bens alheios.

“Os valores da empresa devem ter forte interação com as questões éticas e morais da empresa. E, se estes valores forem efetivamente verdadeiros, servem, também, de sustentação da vantagem competitiva da empresa” (OLIVEIRA, 2005, pag.90).

## **CAPÍTULO II**

### **2 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA**

Visão 360º uma empresa responsável e ética naquilo que faz, trabalha com captação de imagens em ângulos 360º, inicialmente para o setor imobiliário, facilitando os processos de vendas e locações de seus imóveis.

#### **2.1 DADOS DA EMPRESA**

Razão Social: Vitor Trajano LTDA.

Nome Fantasia da Empresa: Visão 360º

CNPJ/CPF: 98.235.344/0003-00

#### **2.2 FORMA JURÍDICA**

A empresa Visão 360º será de forma Sociedade limitada, onde os quatro sócios serão responsáveis por quais quer atividade ali feita, e pela integração do capital social.

#### **2.3 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO**

Enquadramento Tributário são regras pré-estabelecidas no início da abertura da empresa, nela constata toda forma de tributação, ou seja, os impostos que serão pagos conforme o lucro obtido.

A Visão 360° se enquadrará no sistema de Simples Nacional, visto que segundos cálculos terá um faturamento permitido para esse sistema de tributação.

## 2.4 CONTRATO SOCIAL

Contrato Social é um documento onde serão colocadas todas as formas e divisões da sociedade a ser seguida perante todo o período de funcionamento.

Este contrato se localiza na pag.56 deste documento.

## 2.5 ORGANOGRAMA DA EMPRESA

Organograma é uma representação gráfica onde mostra toda estrutura organizacional de uma empresa. A figura abaixo mostra a ordem que será seguida para as realizações das tarefas da empresa.

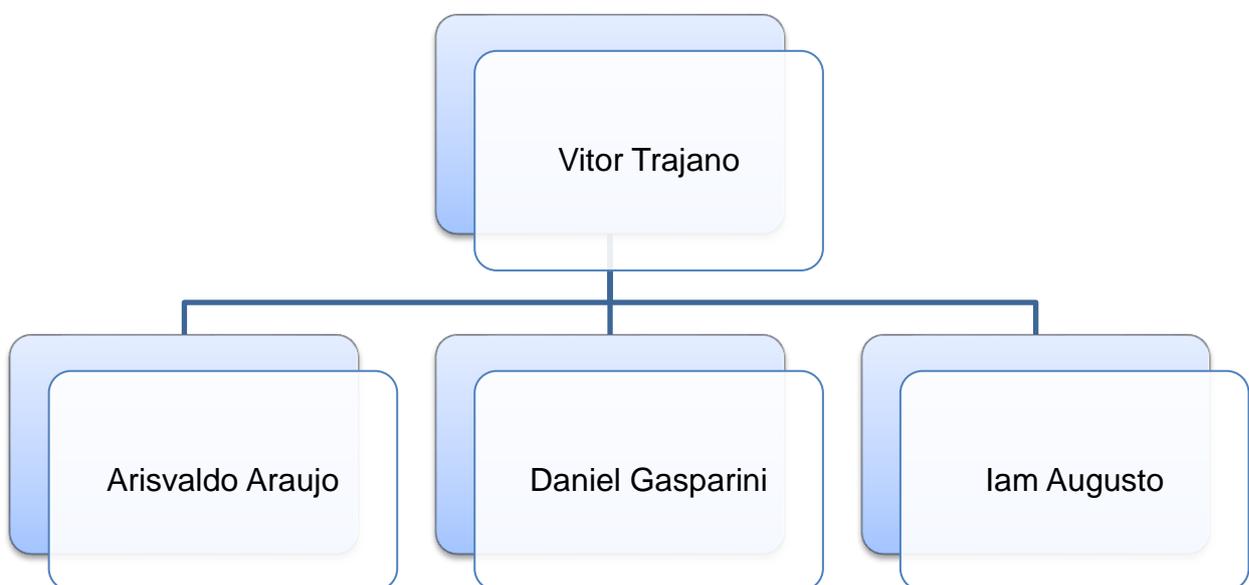


Figura 1 Organograma

## 2.6 CANVAS DO MODELO DE NEGÓCIO

É um modelo de ferramenta de representação através de quadros, onde mostrara todas as ideias e situações sobre o modelo de negócios que está sendo criado.

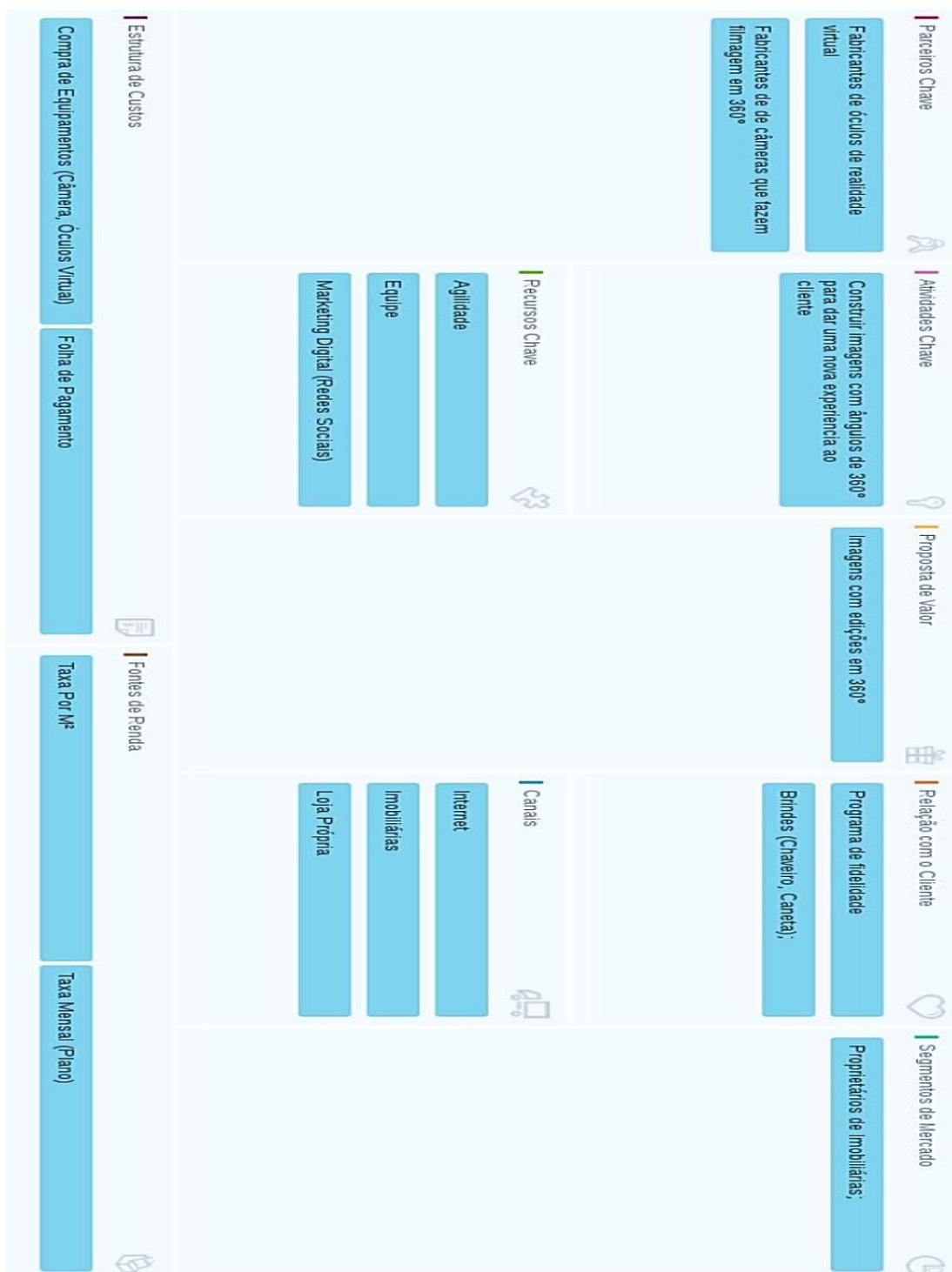


Figura 2 Canvas

## **CAPÍTULO III**

### **3 PRODUÇÃO/ SERVIÇOS E DISTRIBUIÇÃO**

#### **3.1 FORNECEDORES**

“Boas negociações significam retorno para a companhia, e compras tem se transformado em uma área de interesse maior da empresa. A busca pelo fornecimento externo exige decisões acerca de quais fornecedores serão contratados e para quais produtos ou serviços.”  
(Moreira, 2008, p.437).

O fornecedor é a pessoa ou empresa que em muitos casos faz a distribuição de matérias primas ou produtos acabados as outras empresas ou comunidades.

Alguns dos fornecedores encontraremos na internet, onde buscaremos preços e contatos confiáveis.

##### **3.1.1 PROSPECÇÃO DE FORNECEDORES**

Tendo como primor a qualidade dos nossos serviços, sempre temos a preocupação em optar por fornecedores que se adequam ao nosso projeto, e que buscam sempre nos fornece a excelência para um bom desempenho.

Para se chegar aos fornecedores específicos, buscamos sempre referencias antes de qualquer compra, inicialmente faremos pesquisas ao CNPJ da empresa para saber se ela está de acordo com as normas, após isso, solicitamos um orçamento para eles para que assim possamos comparar os preços, a qualidade nos produtos e assim chegarmos a um veredito final.

### **3.1.2 POLÍTICA DA EMPRESA COM OS FORNECEDORES**

Atualmente, seja na indústria ou no comércio se tornou cada vez mais essencial a gestão dos fornecedores para o sucesso futuro da empresa, pois conseguimos enxergar a importância do fornecimento dos produtos para atendermos cada vez melhor nossos clientes.

Através deste relacionamento estabelecido com nosso fornecedor listamos alguns critérios para que ele possa se tornar nosso fornecedor:

- ✓ O Cumprimento de prazos de entrega;
- ✓ Experiência no ramo de atuação;
- ✓ Localização do Fornecedor;
- ✓ Optamos por empresas que prezem pelo meio ambiente;
- ✓ Que ofereça manutenção ou troca do aparelho se preciso;
- ✓ Preço justo e compatível ao mercado;
- ✓ Qualidade dos produtos;
- ✓ Disponibilidade.

### **3.1.3 FORNECEDORES DA EMPRESA**

Depois de realizado as pesquisas de mercado e cotação de valores através de orçamentos optamos por trabalhar com a câmera da Samsung Gear 360, os óculos de realidade virtual Gear VR também da Samsung e o Samsung S8, pois atendem nossa necessidade de momento.

## **3.2 LAYOUT**



Figura 3 Layout

### 3.3 MÉTODO DE PRODUÇÃO

De acordo com Moreira (2008, p.7) “Definimos “sistema de produção” como o conjunto de atividades e operações inter-relacionadas envolvidas na produção de bens (caso de indústrias) ou serviços”.

Representa o modo de como será realizado a produção ou prestação de serviços aos clientes da empresa.

A Visão 360° irá trabalhar com a captação de imagens de imóveis, onde fara o trabalho de edição para ser publicadas no site ou nas redes sócias da empresa.

Ocorreram visitas aos imóveis indicados pelas imobiliárias aonde pretendem estar fazendo a aquisição dos nossos serviços, faremos as fotos cômodo por cômodo, por exemplo: Cozinha, Banheiros (se houver mais de um), Quartos, Sala, entre outros.

Para isso contaremos apenas a princípio coma câmera Samsung Gear 360, os óculos de realidade virtual Gear VR, o celular Samsung S8, além de um computador ou notebook para a edição das fotos geradas.

### **3.4 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

Segundos estudos estão previstos atender em média 20 imóveis mensalmente, em torno de um ao dia de segunda a sexta. Todo esse processo é devido à disponibilidade de tempo para atender os clientes, fazer as filmagens, editar e fazer a entrega do projeto.

### **3.5 MANUTENÇÃO**

A manutenção é um conjunto de ações que ajudam no funcionamento correto de algo, como exemplo: manutenção em carros, motos, celulares. Ela também pode estar ligada a conservação, cuidado e conserto que podem ser feitos periodicamente.

#### **3.5.1 TIPOS DE MANUTENÇÕES**

Dentre os tipos de manutenção temos três modelos que se destacam: **Preventiva**, **Preditiva** e **Corretiva**. A empresa utilizará o método Preventivo onde aconteceram atualizações das fotos, dando um upgrade, tirando fotos de novos ângulos ou horários diferentes, pois esse tipo de manutenção serve como precaução para que não haja problemas futuros.

#### **3.5.2 Política de Manutenção da Empresa**

Como citado no item anterior (3.5.1. – Tipos de Manutenções), as manutenções preventivas, revisões periódicas nas imagens, podendo ser de 15 em 15 dias, para isso solicitaremos uma nova visita ao imóvel.

### **3.6 Distribuição e Transporte**

Como a empresa é focada na captação de imagens para comercialização com as imobiliárias, a distribuição e transporte não terão influência no nosso serviço.

### **3.7 Alianças Estratégicas**

Com a concorrência cada vez maior do mercado em várias áreas do comércio, muitas empresas hoje em dia optaram por criarem uma aliança estratégica com outras, podendo ser conhecidas também como parceria, joint ventures ou fusões.

Aconteceram parcerias com imobiliárias, buscaríamos com os fornecedores, onde realizaríamos uma divulgação dos produtos já que eles seriam utilizados para a realização do trabalho.

## **CAPÍTULO IV**

### **4 Gestão de Pessoas**

#### **4.1 Planejamento de Recursos Humanos**

Gestão de pessoas é o departamento responsável pelos funcionários da empresa, setor de extrema importância, já que todos os funcionários passam por lá antes de ingressar na empresa durante e até o momento de demissão, além de abranger várias atividades tais como recrutamento, descrição de cargos, treinamentos e desenvolvimentos para os colaboradores.

Gestão de pessoas é a função gerencial que visa cooperação das pessoas que atuam nas organizações para o alcance dos objetivos tanto organizacionais quanto individuais. Constitui, a rigor, uma evolução das áreas designadas no passado como administração de pessoal, relações industriais e administração de recursos humanos. (GIL, 2010, Pág. 17).

#### **4.2 Descrição de Cargos e Salários**

Todos os cargos serão definidos por serem mais complexos e que se adequem as capacidades do sócio que irá desempenhar essa função, os salários serão semelhantes aos cargos, para conseguir realizar os trabalhos na empresa serão necessários cursos técnicos e superiores.

“A descrição de cargos e o detalhamento das atribuições ou tarefas do cargo (o que o ocupante faz), a periodicidade da execução (quando faz), os métodos empregados para a execução dessas atribuições ou tarefas (como faz), os objetivos do cargo (porque faz).” (CHIAVENATO, 2009, Pág. 69).

### **4.3 Recrutamento**

O recrutamento escolhe os funcionários ideais e competentes para cargos, utilizando algumas formas de seleção, que podem ser por indicação e análise de currículos. Logo após desta etapa, cabe ao Gestor de Recursos Humanos aplicar atividades para criar desempate entre os candidatos selecionados para uma vaga.

“Com base na descrição da função, o selecionador define o perfil do indivíduo adequado para preenchê-la. A partir daí, cabe-lhe determinar onde poderão ser encontrados os candidatos mais adequados. Passa-se então, ao recrutamento, que consiste num processo que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos dentro da organização.” (GIL, 2010, Pág. 93).

#### **4.3.1. Recrutamento Interno**

E quando a empresa ou instituição divulga vagas internamente para os colaboradores, pois ele estará mais apto e preparado para assumir um novo cargo, tornando benéfico para empresa, economicamente e mostrando que a empresa acredita e realiza o plano de carreira. Serão avaliados os candidatos que se candidataram as vagas disponíveis, escolhendo então o colaborador mais eficaz para a vaga.

Para o recrutamento interno acreditasse que no início não será viável, tendo em vista que todos os sócios terão seu papel de suma importância dentro da empresa, se caso

precisar realizar será realizado promoções entre os mesmos, onde o mais dedicado e capaz para a vaga será promovido.

#### **4.3.2. Recrutamento Externo**

Este recrutamento visa a divulgação de vagas para pessoas fora da empresa e que se encaixam na descrição dos cargos divulgados. Após a comunicação das vagas, receberemos currículos para análise, realizando entrevistas e aplicando provas para os candidatos, após este processo escolheremos o candidato mais apto para a função.

Para isso divulgaremos a vaga na escola colocando cartazes no mural e enviando e-mails aos coordenadores para que eles ajudem na divulgação para seus alunos, onde assim conseguimos redefinir nossa busca pelo candidato ideal. Após a captação dos currículos e a seleção dos possíveis estagiários, faremos uma reunião com o Coordenador da parte de estágio, onde indicará os alunos que possam estar aptos para a vaga. Feito a contratação o estagiário passará por alguns treinamentos básicos onde se capacitará para a função a ele designada.

Feito o recrutamento interno, abrirá uma vaga a ser preenchida, para suprir essa falta utilizaremos o método de recrutamento externo, onde iremos selecionar algum aluno da instituição de ensino de nível técnico (ETEC de Fernandópolis) para estar estagiando. Para a realização do mesmo utilizaremos cartazes que é um sistema de baixo custo e que costuma proporcionar rapidamente um bom número de candidatos (Gil, 2010, pag-24), colocaremos em murais e corredores da escola deixando claro quais serão suas características exigidas para a admissão na vaga.

#### **4.4 Seleção**

É a escolha do candidato certo para função designada no anúncio. O futuro estagiário passará por dinâmicas e avaliações de comportamento.

Depois de feitos os recrutamentos, selecionamos alguns candidatos que passaram por análises curriculares e alguns testes onde avaliaremos seus desempenhos para conhecimentos específicos do cargo.

## **4.5 Admissão**

Logo que selecionado o candidato ideal para o cargo a admissão será feita do novo estagiário.

A tomada de decisão em relação à contratação é a tarefa que se reveste de grande responsabilidade. (GIL, 2010, PÁG.111).

### **4.5.1 Contrato de Trabalho e Registro na CTPS**

O CTPS (Carteira de Trabalho da Previdência Social), serve para fixar um contrato que prova que aquele funcionário está vinculado a empresa.

### **4.5.2 Exame Médico admissional**

O exame admissional é feito obrigatoriamente antes de qualquer contratação e na demissão, ali são relatados todos e quais quer tipos de doença ou condições que o trabalhador possa apresentar.

## **4.6 Integração**

O processo de integração é muito importante para que o seu funcionário se sinta mais familiarizado com seu novo ambiente de trabalho, mostrando todos os

setores da empresa, e os novos colegas de trabalho, tornando-o mais consciente com os processos que ali ocorrem.

#### **4.6.1 Manual de Integração**

É um documento em forma de livreto que será passado para o funcionário, onde irá contar toda a história da empresa, suas normas, sua visão, missão e valores.

Este documento está localizado na pag.61, deste documento.

#### **4.7 Treinamento**

O treinamento é uma parte muito importante para o bom funcionamento da empresa, deve ser encarada como um investimento, pois ajuda no alinhamento da equipe para obter o objetivo esperado.

Toda nossa equipe de funcionários passara por treinamentos específicos da área, fazem assim que todos fiquem ligados e ajustados para que não ocorra nenhum atraso na entrega de um novo serviço.

##### **4.7.1 Operacional**

É uma das formas que várias empresas utilizam com a intenção de garantir uma boa produtividade e eficácia para continuar com seus altos desempenhos. Esse tipo de treinamento tem como objetivo desenvolver novas habilidades ou competências e conservar o interesse e o prazer dos funcionários em desempenhar as tarefas.

## **4.7.2 Técnico**

Este formato de treinamento tem como objetivo, desenvolver toda habilidade técnica de seus funcionários durante todo seu tempo de permanência na empresa, nele fará todo ajuste e reajuste que ele precisara para executar as funções designadas, como por exemplo, manusear certos equipamentos e até a realização da manutenção preventiva.

## **4.8 Benefícios**

### **4.8.1 Sociais/ Legais**

Benefícios Legais são aqueles garantidos pela Consolidação das Leis do Trabalho – CLT ou por convenções sindicais, e que todo trabalhador tem por direito obter durante toda jornada de trabalho, tais como 13º salário, PIS, hora extra, vale-transporte, FGTS, férias, banco de horas.

Já os Sociais têm como objetivo, uma remuneração indireta, ou seja, em que uma porcentagem do salário é convertida em alguma assistência ao trabalhador, seja ela através de um plano de saúde ou até mesmo um vale-transporte.

### **4.8.2 Espontâneas**

São benefícios que não são obrigatórios por lei, é bastante parecido com os sociais porém tem algumas características específicas, como, bônus por projeto, prêmio por metas batidas e jornada flexível.

## **4.9 Remuneração**

A remuneração é a somatória do salário com seus benefícios pré-estipulados pela empresa, tais como, horas extras, adicional noturno, adicional de periculosidade, insalubridade, comissões, percentagens, gratificações, diárias para viagem entre outras.

A Vision 360º utilizará o método de premiação anual, compartilhando os lucros excedentes, igualmente entre seus sócios se caso o valor ultrapassar a quantia estipulado no contrato de trabalho.

#### **4.9.1 Folha de Pagamento**

Folha de pagamento é um documento onde se localiza todos os registros financeiros do funcionário. Para o setor contábil, esse registro é de suma importância, pois, nele encontram-se todas as informações necessárias para a realização do pagamento e os devidos descontos legais que cada contratado possui.

#### **4.9.2 Demonstrativo de pagamento / pró-labore**

Utilizaremos o método pró-labore, pois a Vision 360º contata como funcionário, seus sócios, que iram contribuir igualmente com serviços para o funcionamento da empresa.

#### **4.10 Avaliação de desempenho**

Ferramenta utilizada na gestão de pessoas para avaliar a capacidade de seus funcionários em sua área de atuação, seu objetivo.

Feedbacks, uma forma simples e bastante eficaz para sanar qual quer dúvida e acontecimentos futuros dentro de um ambiente de trabalho, neste método

serão abordadas todas as dúvidas e alguns ocorridos que poderão ocasionar desconforto e atrapalhar o rendimento da equipe.

#### **4.11 Segurança no trabalho**

São normas passadas pela empresa a fim de assegurar a total segurando de seu trabalhador. Algumas empresas investem em profissional que atuam nesta área, para auxiliar e demonstrar a importante de seguir todos os regulamentos a eles passados.

Na Visão 360º para a total segurança de todos nossos sócios e futuros estagiários, investiremos na ergonomia, mostrando quais os riscos e de que modo deve-se adotar uma postura correta para a realização de suas tarefas, evitando possível risco a saúde.

##### **4.11.1 Mapa de Risco**

É uma representação da planta do local de trabalho, onde constam todos os riscos presentes nesse local, informando a quem adentrar a sua empresa, e quais os possíveis perigos que ali podem apresentar. Essas representações são classificadas de acordo com os tipos de risco que podem ocorrer neste local, onde cada categoria tem sua cor e tamanho para simbolizar e indicar quais medidas deveram ser tomadas para se prevenir.

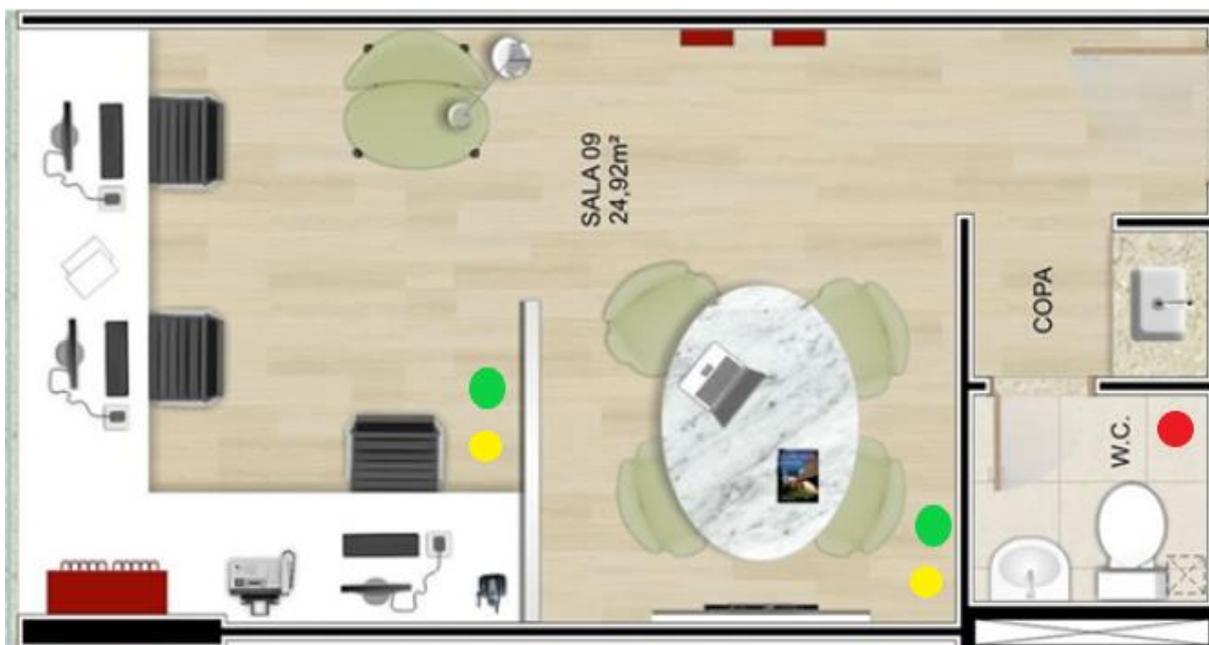


Figura 4 layout Mapa de Risco



Figura 5 Mapa de Risco

#### 4.11.2 NRs utilizada na empresa

- ✓ NR 11 – Transporte, movimentação, armazenagem e manuseio de materiais
- ✓ NR 17 – Ergonomia
- ✓ NR 23 – Proteção contra incêndios

#### **4.12 Qualidade de vida**

Para assegurar a qualidade de vida de todos os sócios e possíveis estagiários, a Vision 360º iniciará suas atividades depois de um alongamento matinal, e uma reflexão onde abordaremos alguns temas onde iremos debater e esclarecer qualquer dúvida decorrentes de cada situação abordada.

#### **4.13 Desligamento**

Antes de quais quer ocorrido dentro da empresa Vision 360º, será feita uma análise dos pontos forte e fraco para a tomada de decisão. Se caso vier acontecer este tipo de acontecimento, agiremos da forma mais formal possível para que não haja constrangimento para ambas as partes, tende em vista que tal circunstância não é benéfica para ninguém. Contaremos com o auxílio de um Escritório de Contabilidade, para definir os acertos com todos e os documentos possíveis.

#### **4.14 Outsourcing**

Como citado no item anterior, contaremos com o auxílio de um Escritório de Contabilidade, onde terceirizaremos toda parte do financeiro e receitas, contratação e possíveis desligamentos.

## **CAPÍTULO V**

### **5 Planejamento de Marketing**

Conforme Kotler (2000, p.30) “**Marketing** é um processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e o que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros”.

#### **5.1 Briefing**

Visão 360° foi fundada no ano de 2018 para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da ETEC, como seu serviço principal a empresa faz a captação e edição de imagens em 360° geradas por uma câmera apropriada. A empresa tem como público alvo as imobiliárias no município de Fernandópolis, e região, por conta de uma defasagem que foi percebida através das pesquisas via internet e questionários realizados na ETEC.

#### **5.2 Definição do Público Alvo**

O público alvo é a definição social, demográfica ou econômica de quem futuramente pode se tornar um cliente da empresa.

Por conta disso, é de essencial importância fazer as pesquisas de mercado para se definir o público alvo e assim captar os clientes certos e minimizar os erros da empresa.

Para a definição deste público alvo se pode se levar em conta vários fatores:

- Idade;
- Gênero;
- Estado civil;
- Formação;
- Localização;
- Outros...

De acordo com essas definições, atenderemos as imobiliárias interessadas em ter um diferencial na divulgação dos seus imóveis, tornando suas apresentações mais interativas para seus clientes.

## **5.3 Comportamento do Consumidor**

### **5.3.1 Fatores Culturais**

Cultura do interior, onde nosso cliente é de classe média ou alta, está ligado na divulgação mais pelo método de boca a boca.

### **5.3.2 Fatores Sociais**

Principais grupos de referências empresários da região noroeste Paulista, pertencem as famílias tradicionais com grande poder aquisitivo.

### **5.3.3 Fatores Pessoais**

Empresários com conhecimento do mercado imobiliário, com uma boa situação econômica e que tenha a visão, que com esse projeto poderá alcançar lugares mais altos com sua empresa.

### **5.3.4 Fatores Psicológicos**

Suas principais motivações, atendimento diferenciado ao seu cliente e sempre buscar inovar a forma que são apresentados seus imóveis.

## **5.4 O Composto de Marketing**

O composto de Marketing é um instrumento utilizado em várias empresas para planejar qual a melhor estratégia para atingir seus objetivos.

### **5.4.1 Produto**

Produto se trata de uma prestação de serviço, que é a captação e edição de imagens em 360°, para o setor imobiliária.

### **5.4.2 Preço**

Funcionará com duas formas de pagamentos.

- ✓ Preço por metro quadrado;
- ✓ Plano mensal.

### **5.4.3 Praça**

Estará localizada em umas das avenidas mais movimentadas da cidade, onde passam diariamente vários estudantes, e trabalhadores, Av. dos Arnaldos nº 1333, próximo a Escola Joaquim Antônio Pereira (JAP) em Fernandópolis.

### **5.4.4 Promoção – Relações com as mídias**

Divulgação nas redes sociais (Facebook, Instagram, Youtube). E para alcançar ainda mais o público alvo desejado, a empresa presenteará chaveiros para seus clientes, fazendo assim que eles tenham uma boa impressão para sempre busquem pelos serviços prestados.

## **5.5 Análise do Meio Ambiente – SWOT \ BCG \ CVP**

### **Análise SWOT**

**Forças:** Qualidade no serviço, preço justo, atendimento qualificado e serviço inovador na região.

**Oportunidades:** Atuar em um mercado pouco explorado com um grande diferencial, que são imagens de ângulos em 360°, que possa revolucionar a forma com que é apresentado os imóveis pelas imobiliárias. Também contamos com um serviço que poderá ser adicionado em várias áreas, podendo assim aumentar os lucros e os serviços prestados pela Visão 360°

**Fraquezas:** Tendo este tipo de serviço como uma novidade, corremos o risco de nossos clientes não se interessarem imediatamente, pois como estamos entrando no mercado, não temos números concretos que suas vendas terá um aumento significativo com ferramenta de apresentação.

Ameaças: Futuros concorrentes que vejam no nosso sucesso uma oportunidade de negócio, o mercado imobiliário estar em queda ou até a não aceitação de empresários conservadores quanto a novidades.

Figura 1 -  
**Matriz BCG / CVP**

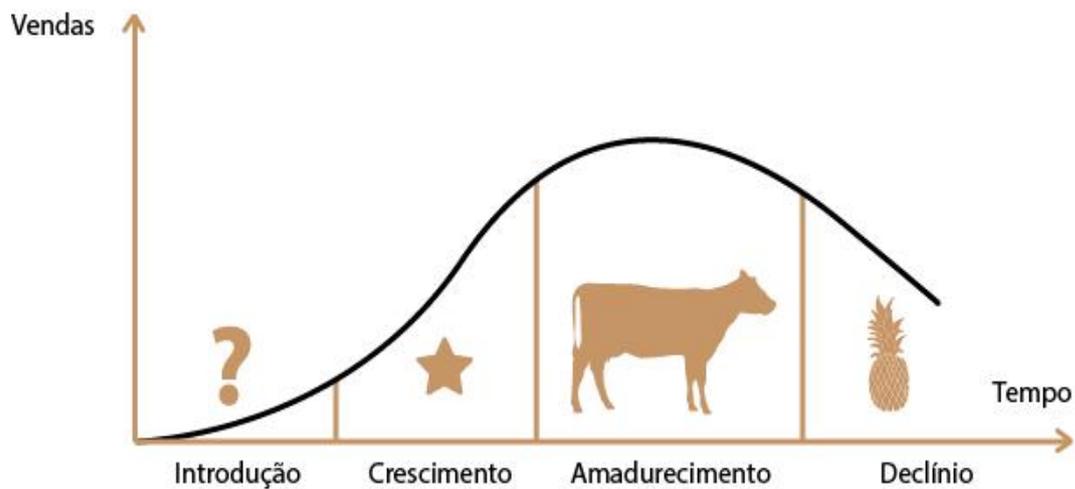


Figura 6 Matriz BCG/ CVP

Fonte: (<https://pluga.co/blog/gestao-empresarial/ferramentas-de-gestao-empresarial/>, 2017).

A Matriz representa o ciclo de vida que cada produto ou serviço percorre durante todo seu tempo de duração no mercado. A empresa Visão 360° está localizada na fase de INTRODUÇÃO que é representada pelo símbolo (?), que refere – se que está em crescimento ou que ainda está com um faturamento baixo, e não apresenta nenhum crescimento.

## 5.6 Análise dos Concorrentes

Segundo as pesquisas realizadas via internet, não teríamos concorrentes diretos na área, a empresa mais próxima que trabalha nesse mesmo seguimento se localiza na cidade de São José do Rio Preto e mesmo assim não é sua principal área de atuação.

## 5.7 Definição de Objetivos e Metas

Os objetivos seriam o passo a passo de onde queremos chegar ou o propósito que queremos alcançar, querendo inovar a forma de visualização dos imóveis nas apresentações, proporcionar uma interação maior entre cliente e imóvel, com isso fornecendo um diferencial e elevando o patamar da empresa de nossos clientes.

Andando em paralelo com os objetivos, as metas seriam as ações para se alcançar o que almejamos. De acordo com isso uma das nossas principais metas seria o reconhecimento no mercado como uma empresa inovadora na prestação de serviço para imobiliárias e assim suprimindo as necessidades dos clientes.

## 5.8 Posicionamento no Mercado

De acordo com Philip Kotler (2011) posicionamento de mercado é a ação de projetar o produto e a imagem da empresa, com o fim de **ocupar uma posição diferenciada** de acordo com seu público alvo”.

Como a empresa está na fase de introdução quer passar uma imagem positiva quanto ao fornecimento de serviço de qualidade e que atende as necessidades dos clientes, cumprindo prazos e com um preço justo no serviço.

## 5.9 Definição da Marca

### 5.9.1 Uniforme



Figura 7 Uniforme

Fonte: (Dos próprios autores, 2019).

Uniforme Branco passando transparência e segurança para o cliente, preta vem para juntar as qualidades com seu tom escuro mostrando elegância e sofisticação.

### 5.9.2 Embalagens Manual de Identidade Visual

Não teremos produtos que utilizam embalagens.

## 5.10 Endomarketing

O marketing interno requer que todas as pessoas da organização aceitem os conceitos e objetivos do marketing e se envolvam na escolha, na prestação e na comunicação do valor para o cliente. Ao longo dos anos, o marketing evoluiu: de um trabalho executado apenas pelo departamento de vendas, transformou-se em um grupo complexo de atividades, espalhadas por toda a organização. Uma vez que simples departamento de vendas não eram capazes de realizar funções importantes, com pesquisas de marketing, desenvolvimento de novos produtos, propaganda, promoção de vendas e atendimentos aos clientes, as empresas criaram departamentos de marketing. E, quando os departamentos de marketing e de vendas começaram a

entrar em conflitos, muitas empresas uniram os dois. (KOTLER, KELLER, 2011, p.701).

São as ações voltadas para dentro da empresa visando conquistar os colaboradores, pois são estes que tem contato com os clientes e manuseiam a matéria prima na produção do produto, por tanto é essencial que passem uma boa imagem da empresa.

### **5.10.1 Motivação**

Para manter os funcionários da empresa sempre dispostos a dar o seu melhor de si, terá uma meta geral a cada mês, se os colaboradores atingir a meta a empresa fara uma confraternização com os funcionários e familiares dando assim proposito em sempre buscar a excelência, por meio de dinâmicas e brincadeiras interativas sobre a empresa, onde se pode descobrir o quanto cada um conhece da empresa.

### **5.10.2 Integração**

Primeiramente será apresentado o ambiente para o colaborador, logo após conhecer os outros setores e seus colegas de trabalho para que haja um primeiro contato, explicar cada cargo e função que tais colaboradores que exercem na empresa. Apresentar as regras de boa convivência e comportamento adequado a serem seguidas.

## **5.11 Plano de Fidelização**

Para fidelizar criaremos uma rede de vantagens na qual apenas às imobiliárias que contratou no mínimo 10 filmagens de imóvel, sendo assim, a cada dez filmagens ganhara uma gratuita.

## **5.12 Estratégias de Pós-vendas & Garantias**

Há empresa manterá contato com o cliente por e-mail, após a efetuação da venda para assim receber seu feedback e sugestões e melhorias que pode lhe agradar no serviço, também manterá os clientes informados sobre possíveis das novidades.

### **5.12.1 Marketing Social e Verde**

A empresa estipulará metas a serem alcançadas, para que a empresa elabore o projeto de exposição de imagens em 360º de paisagens lindas, para crianças carentes de instituições que abraçam causas sócias na nossa cidade e região.

Ao fechar um contrato fara uma doação de uma muda de árvore para institutos que tem por finalidade a preservação da natureza.

## CAPÍTULO VI

### 6 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

É uma ferramenta utilizada para planejar e controlar os gastos e possíveis previsões de custos de uma empresa ou organização.

#### 6.1 INVESTIMENTO FIXO

O investimento fixo é correspondente a todos os bens que devem ser adquiridos para que a empresa possa entrar em funcionamento, por exemplo: Moveis equipamentos e veículos.

##### 6.1.1 RESUMO DO INVESTIMENTO FÍSICO (ORÇAMENTO DE TODA A PARTE DE IMOBILIZADOS DA EMPRESA)

#### A- MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Samsung Gear 360	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
samsung galaxy s8	1	R\$ 999,00	R\$ 999,00
tablet samsung galaxy tab A	1	R\$ 496,90	R\$ 496,90
Notebook Inspiron I15-3567-D15C Intel Core i3 4GB 1TB 15,6	1	R\$ 1.709,90	R\$ 1.709,90
Samsung Gear Vr Para Projeção De imagens Realidade Virtual 3D	1	R\$ 140,00	R\$ 140,00
Desktop Intel Core i3 8GB HD 2TB EasyPC Standard Plus	2	R\$ 1.309,00	R\$ 2.618,00
Multifuncional HP Deskjet 2676 Jato de Tinta Colorida Sem Fio	1	R\$ 189,90	R\$ 189,90
SUBTOTAL			R\$ 6.753,70

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## B- MÓVEIS E UTENSÍLIOS

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Mesa Delta Em L Estação De Trabalho	1	R\$ 354,99	R\$ 354,99
Mesa Reunião	1	R\$ 359,90	R\$ 359,90
Cadeira Charles Eames Wood	5	R\$ 89,90	R\$ 449,50
SUBTOTAL			R\$ 1.164,39

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## C- VEÍCULOS

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
HONDA CG 150 TITAN ES	1	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
SUBTOTAL			R\$ 4.500,00

Fonte: (do próprio autor, 2019)

<b>TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS</b>	R\$ 12.418,09
-------------------------------------	---------------

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## 6.2 INVESTIMENTO FINANCEIRO

Refere-se a todo investimento feito na empresa, durante o período de funcionamento.

### 6.2.1 ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS (INVESTIMENTOS FUTUROS, OU DE ORDEM FINANCEIRA COMO AÇÕES, POUPANÇA, RENDA FIXA, APLICAÇÕES, ETC.)

Realizar uma poupança onde possamos destinar uma parte do nosso lucro e assim cada vez mais poder fazer crescer a empresa

<b>RESERVA EM POUPANÇA:</b>	<b>R\$ 25.000,00</b>
-----------------------------	----------------------

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## 6.2.2 TOTAL DE INVESTIMENTOS FINANCEIRO

<b>TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS</b>	<b>R\$ 30.969,45</b>
-------------------------------------	----------------------

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## 6.3 INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAIS

Correspondem a todos os gastos feitos antes do início da abertura da empresa.

<b>Investimentos Pré-Operacionais</b>	<b>TOTAL</b>
Despesas de Legalização	R\$ 1.500,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 2.800,00
Divulgação	R\$ 1.500,00
Cursos e treinamentos	R\$ 500,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 6.300,00</b>

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## 6.4 ESTIMATIVAS DE INVESTIMENTO TOTAL

<b>Descrição</b>	<b>Valor:</b>
Investimentos Fixos:	R\$ 30.969,45
Investimentos Financeiros:	R\$ 25.000,00
Investimentos Pré-operacionais	R\$ 11.600,00
Subtotal:	R\$ 67.569,45

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## 6.5 ESTIMATIVAS DO FATURAMENTO MENSAL

### 6.5.1 ELABORAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Antes da realização do estabelecimento do preço de venda, levantamos alguns meios de como poderia ser feito essa “cobrança” como, por exemplo: Orçamento, por cômodo filmado, por m<sup>2</sup> ou plano mensal.

Após a realização das pesquisas, tivemos como resultado aprovado dois métodos para ser estabelecido como nosso meio de preço de venda, que seriam: plano via M<sup>2</sup> ou plano Mensal.

Além disso, deixamos em aberto à possibilidade da realização da manutenção (atualização) das fotos das casas quando for preciso, assim se for necessário à realização da pintura de uma parede nova, instalação de uma piscina, ou seja, qualquer alteração na parte física do imóvel voltaria para fazer novas fotos. (serviço que seria cobrado à parte).

Através disso, faremos uma estimativa abaixo para demonstrar como ficaria o nosso faturamento total.

#### ✓ **Faturamento Mensal através dos M<sup>2</sup>**

Nesse modelo de plano, pegamos casas com a metragem de 200 m<sup>2</sup> (10x20) para estar sendo realizados os cálculos;

<b>Descrição:</b>	<b>Quantidade (Estimativa)</b>	<b>Preço</b>	<b>Faturamento Total:</b>
Por M <sup>2</sup>	4000	R\$ 2,50 M <sup>2</sup>	R\$ 10.000,00

Fonte: (do próprio autor, 2019)

#### ✓ **Faturamento Mensal através do Plano Mensal**

Nesse modelo de plano, seria viável fazer um combo com a imobiliária onde a cada 10 casas fechadas com nosso serviço, ela ganharia uma manutenção (atualização) gratuita em um dos imóveis dela.

<b>Descrição</b>	<b>Quantidade (Estimativa)</b>	<b>Preço</b>	<b>Faturamento Total:</b>
Plano Mensal	20	R\$ 450,00	R\$ 9.000,00

Fonte: (do próprio autor, 2019)

#### ✓ **Faturamento Mensal através das Manutenções (Atualização).**

Se houver alguma alteração na parte física do imóvel das mais simples ou complexas, como: alteração da cor de parede, instalação de balcão, será

realizada o serviço de manutenção (atualização), que seria a realização de novas fotos do imóvel para acompanhar sua mudança.

Muitas vezes as alterações são realizadas em apenas alguns cômodos, então está “cobrança” teria que ser feita através de m<sup>2</sup>.

No exemplo abaixo estamos utilizando um quarto de 10 m<sup>2</sup>.

<b>Descrição</b>	<b>Quantidade (Estimativa)</b>	<b>Preço:</b>	<b>Faturamento Total:</b>
Manutenção (atualização) - Quarto	300	R\$ 2,00	R\$ 600,00

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## 6.6 ESTIMATIVA DE CUSTO COM MATERIAIS / INSUMOS

Não haverá custos com matérias primas.

## 6.7 ESTIMATIVA DE CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

<b>Descrição</b>	<b>%</b>	<b>Faturamento Estimado</b>	<b>Custo Total</b>
Impostos	4,00%	R\$ 19.600,00	R\$ 784,00
Comissões	0,00%	R\$ 19.600,00	R\$ -
Propagandas	0,00%	R\$ 19.600,00	R\$ -
Juros	0,00%	R\$ 19.600,00	R\$ -
TOTAL			R\$ 784,00

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## 6.8 ESTIMATIVA DE CUSTOS DE MÃO-DE-OBRA

O custo de mão de obra se refere ao valor destinado ao pagamento da força desempenhada no serviço executado.

No nosso caso seria feito de acordo com a tabela abaixo:

<b>Valor Mensal:</b>	<b>Valor por Hora:</b>
R\$ 19.600,00 (Manutenção, Mensal e Por M²).	R\$ 19.600 / 22 dias / 8hrs = R\$ 111.36

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## 6.9 DESPESAS COM DEPRECIAÇÃO

A depreciação seria a redução do preço de algo, ou seja, a diminuição financeira de algum bem, podendo ser moveis, veículos, utensílios, entre outros.

De acordo com a tabela abaixo, vamos exemplificar as formas de depreciação que podemos ter em nossa empresa.

<b>Ativos Fixos</b>	<b>Valor do Bem</b>	<b>Vida Útil em Anos</b>	<b>Depreciação Anual</b>	<b>Depreciação Mensal</b>
Máquinas e Equipamentos	R\$ 6.753,70	10	R\$ 675,37	R\$ 56,28
Móveis e Utensílios	R\$ 1.164,39	10	R\$ 116,44	R\$ 9,70
Veículos	R\$ 4.500,00	6	R\$ 750,00	R\$ 62,50
TOTAL				R\$ 128,48

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## 6.10 ESTIMATIVAS DOS CUSTOS FIXOS MENSAIS

Os custos fixos são todos aqueles gastos que não dependem da produção ou da quantidade vendidas, eles não se alteram com o tempo.

<b>Descrição</b>	<b>Custo Total Mensal</b>
Aluguel	R\$ 700,00
Condomínio	R\$ -
IPTU	R\$ 800,00
Água	R\$ 120,00
Energia Elétrica	R\$ 150,00
Telefone	R\$ 100,00
Honorários do Contador	R\$ 2.500,00
Pró-Labore	R\$ 4.000,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 100,00
Salários + Encargos	R\$ -
Material de Limpeza	R\$ 100,00
Material de escritório	R\$ 180,00
Combustível	R\$ 300,00
Taxas Diversas	R\$ -
Serviços de Terceiros	R\$ -
Depreciação	R\$ 128,48
Outros (especificar)	R\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 9.178,48</b>

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## 6.11 DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

Após ser realizado o levantamento dos valores indicados de entradas e saída de valores, utilizamos o demonstrativo de resultado para apresentar o lucro atual da empresa:

<b>Descrição:</b>	<b>Valor:</b>	<b>Índice:</b>	<b>%</b>
Receita Vendas:	R\$ 19.600,00		
Custos Variáveis:	R\$7.302,00	0,37	37.26
Margem de Construção:	R\$ 12.298,00	0,63	
Custos Fixos Totais:	R\$ 9.178,48	0,47	
Lucro do Exercício:	R\$ 3.119,52	0,16	

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## 6.12 INDICADORES DE VIABILIDADE

Ponto de Equilíbrio	R\$ 14.628,26	
Lucratividade	15,92%	
Rentabilidade	9,25%	
Prazo de Retorno do Investimento	10,81	Meses
	0,90	Anos

Fonte: (do próprio autor, 2019)

## **CAPÍTULO VII**

### **7 RESPONSABILIDADE SOCIAL**

A Vision 360° entende que o meio ambiente vem sofrendo e se prejudicando de diversos modos, para que isso não se agrave a empresa se doa para preservar o meio ambiente cuidando a curto e longo prazo da fauna e flora da região, como forma de preservação será realizada projetos de formação de matas ciliares que tem como objetivo evitar que as sujeiras e impurezas vão a rios e nascentes dos mesmos, cuidando assim da nossa fauna e flora fazendo uma região mais verde e conseqüentemente faremos um país melhor.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante de todas as informações obtidas até o presente momento, notamos que temos um projeto amplo e aplicável a diversas áreas, levando em considerações todos os resultados alcançados através das pesquisas e a aceitação do público alvo. Porém, não termina por aqui, temos muito trabalho pela frente, para cada vez mais alcançar nossos objetivos com total dedicação e qualidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

EMPLOYER RH. **5 dicas para fazer um bom processo de desligamento.** Blog Employer RH, 11 de Setembro de 2017. Disponível em: <https://www.employer.com.br/blog/dicas-para-um-bom-processo-de-desligamento/>. Acesso em: 05/09/2019

Empresa em Foco. **Investir na qualidade de vida do funcionário aumenta a produtividade da empresa,** 2002. Disponível em: <https://www.catho.com.br/empresa-em-foco/investir-na-qualidade-de-vida-do-funcionario-aumenta-a-produtividade-da-empresa/>. Acesso em: 12/09/2019.

Ocupacional Medicina e Engenharia de Segurança do Trabalho. **Conheça as Normas Regulamentadoras – NRs,** 2017. Disponível em: <https://www.ocupacional.com.br/ocupacional/conheca-as-normas-regulamentadoras-nrs/>. Acesso em: 19/09/2019.

Neto, N.W. **O que é Mapa de Risco.** Segurança do Trabalho NWN, 2014. Disponível em: <https://segurancadotrabalhown.com/o-que-e-mapa-de-risco/>. Acesso em: 26/09/2019.

Moraes, V.M. **A remuneração dos Benéficos legais.** RH Portal, 2015. Disponível em: <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/remunera-e-beneficios-sociais/> Acesso em: 03/10/2019.

Portal Educação. **Planejamento Financeiro – Investimento.** Sem Data. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/administracao/planejamento-financeiro-investimento/61571>. Acesso em: 03/10/2019

Moreira, DA. **Administração da Produção e Operações**. 2<sup>o</sup> edição, Editora: Cengage Learning Editores AS, 2008.

## APÊNDICE

### **Apêndice A: Contrato Social – Visão 360º LTDA**

**1. Arisvaldo Araújo de Sena**, Ensino médio completo, Brasileiro, Solteiro, Profissão: Magarefe B, CPF: 789.878.5498-7, residente e domiciliado na rua: Jose Pereira nº848, 15600-000 e S.P, constituem uma sociedade limitada mediante as seguintes cláusulas:

**2. Daniel Gasparini Filho**, Ensino médio completo, Brasileiro, Solteiro, Profissão: Magarefe B, CPF: 753.468.358-6, residente e domiciliado na rua: Jose Renato Vidal nº343, 15600-000 e S.P, constituem uma sociedade limitada mediante as seguintes cláusulas:

**3. Iam Augusto da Costa Carrinho**, Ensino médio completo, Brasileiro, Solteiro, Profissão: Serralheiro, CPF: 722.435.565-7, residente e domiciliado na rua: Bahia nº3455, 15600-000 e S.P, constituem uma sociedade limitada mediante as seguintes cláusulas:

**4. Vitor Trajano de Oliveira Dalponti**, Ensino Superior completo, Brasileiro, Solteiro, Profissão: Auxiliar de Escritório, CPF: 456.458.548-1, residente e domiciliado na rua: Valdemar Rosa nº456, 15600-000 e S.P, constituem uma sociedade limitada mediante as seguintes cláusulas:

1ª - A sociedade girará sob o nome empresarial Visão 360º LTDA e terá sede e domicílio na Av. dos Arnaldos nº 1333, próximo a Escola Joaquim Antônio Pereira (JAP) em Fernandópolis.

2ª - Seu objeto social será Prestação de Serviços através de imagens de ângulos 360º.

3ª - O capital social será de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil) reais, dividido em 4 (quatro) sócios, quotas de valor nominal de R\$ 12.500,00 (doze mil e quinhentos) reais cada um, subscrita.

3.1 E integralizadas, neste ato, em moeda corrente do País, pelos sócios:

Nome	Nº de quotas	Valor
Arisvaldo de Araújo Sena	1	R\$ 12.500,00
Daniel Gasparini Filho	1	R\$ 12.500,00
Iam Augusto da Costa Carrinho	1	R\$ 12.500,00
Vitor Trajano de Oliveira Dalponti	1	R\$ 12.500,00
<b>TOTAL:</b>	<b>4</b>	<b>R\$ 50.000,00</b>

3.2 Que serão integralizadas até 19/12/2019, em moeda corrente do País.

4ª - A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

5ª - As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço, o direito de preferência para sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª - A sociedade iniciará suas atividades em 01/01/2020 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado. **(art 967, CC/2002)**

7ª - A administração da sociedade caberá Vitor Trajano de Oliveira Dalponti com os poderes e atribuições de Diretor Geral, podendo os sócios assinar na forma isoladamente ou em conjunto, autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª - Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

9ª - A sociedade poderá levantar balanços ou balancetes patrimoniais em períodos inferiores há um ano, e o lucro apurado nessas demonstrações intermediária, poderão ser distribuídos mensalmente aos sócios cotistas, a título de Antecipação de Lucros, proporcionalmente às cotas de capital de cada

### **Opção 1: Da Eleição Do Foro**

Fica eleito o foro de Fernandópolis para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

11ª - (Os) Administrador (es) declara(m), sob as penas da Lei, de que não est(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. **(art. 1.011, § 1º, CC/2002).**

E por estarem assim justos e contratados, assinam o presente instrumento em 2 vias, na presença de duas testemunhas.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Arisvaldo de Araújo Sena

\_\_\_\_\_  
Daniel Gasparini Filho

\_\_\_\_\_  
Iam Augusto da Costa Carrinho

\_\_\_\_\_  
Vitor Trajano de Oliveira Dalponti

Testemunhas:

Assinatura:

\_\_\_\_\_

Romeu Soares

RG: 12.464.898 – SSP-SP

Assinatura:

\_\_\_\_\_

Felipe Rocha

RG: 21.235.445 – SSP-SP

Visto do Advogado(a) \_\_\_\_\_

## **APÊNDICE**

### **Apêndice B: Manual de Integração – Visão 360° LTDA**

Prezado colaborador este é o manual de integração da empresa Visão 360° onde você encontrará informações sobre o departamento de pessoas.

Visão 360° preza pela saúde dos seus colaboradores já que eles são de extrema importância para que os negócios sejam bem sucedidos e desenvolvidos com qualidade e agilidade. Para que nossos colaboradores sejam capacitados a empresa forneceu cursos. Concordamos que para a saúde do nosso colaborador são necessários uso de EPI (Equipamento de proteção individual) Além de prestarmos total atendimento a dificuldades de nossos colaboradores, tanto financeiras como de doenças.

#### **1. MISSÃO, VISÃO E VALORES**

##### **Missão**

Buscar a melhor maneira de rentabilizar seu empreendimento, através de inovações e tendências do mercado de visualizações 360°.

##### **Visão**

Se tornar uma empresa reconhecida regionalmente no mercado imobiliário por ser uma empresa que sempre está buscando o melhor para seus clientes, através de inovações e soluções de seus problemas.

##### **Valores**

Mantendo sempre um grande respeito ao nosso cliente, com compromisso de entregar os serviços no prazo combinado, com honestamente ao lidar com bens alheios.

## **2. GESTAO DE TALENTOS**

Visão 360° prezara pelo colaborador principalmente aqueles que se destacam entre os demais, para mantê-los em nossa empresa o colaborador capacitado empenhado a crescer dentro da empresa receberam oportunidades e com isso salários melhores e bonificações anuais.

## **3. RECRUTAMENTO E SELEÇÃO**

### Recrutamento

O recrutamento é como as empresas escolhem os funcionários ideais e competentes para cargos, utilizando algumas formas de seleção que pode ser por indicação e análises de currículos depois dessa etapa, cabe a ela aplicar alguma atividade para criar desempate entre os candidatos selecionados para uma vaga.

Com base na descrição da função, o selecionador define o perfil do candidato adequado para preenchê-la. A partir dessa etapa, cabe-lhe determinar onde poderão ser encontrados os candidatos mais adequados. Passa-se então, ao recrutamento, que consiste num processo que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos dentro da organização. (GIL, 2010, Pág. 93).

### Seleção

É a escolha do candidato certo para função designada nos anúncios. O futuro estagiário passara por dinâmicas e avaliações de comportamento.

Depois de feitos os recrutamentos, selecionamos alguns candidatos que passaram por análises curriculares e alguns testes onde avaliaremos seus desempenhos para conhecimentos específicos do cargo.

## **4. APRESENTAÇÃO DE PESSOAL.**

O colaborador é um reflexo da empresa então serão observados valores como, higiene pessoal e comportamento adequado dos mesmos.

## **5. TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO**

O treinamento é uma parte muito importante para o bom funcionamento da empresa, deve ser encarada como um investimento, pois ajuda no alinhamento da equipe para obter o objetivo esperado.

Toda nossa equipe de funcionários passara por treinamentos específicos da área, fazem assim que todos fiquem ligados e ajustados para que não ocorra nenhum atraso na entrega de um novo serviço.

Para o desenvolvimento do colaborador a empresa sempre fornecera cursos para mantê-los atualizados e desenvolvidos ajudando assim no desenvolvimento pessoal e profissional.

## **6. ADMISSÃO**

Logo que selecionado o candidato ideal para o cargo a admissão será feita do novo estagiário.

Caso não seja estagiário o colaborador passara por um período de experiência.

## **7. USO DE CRACHA**

O uso do crachá é de extrema importância dentro da empresa já que ele auxilia na identificação dos colaboradores o mesmo que não cuidar de seu crachá perdendo ou tendo maus cuidados terá um desconto no pagamento para a produção de um novo, o crachá poderá ser trocado em caso de mudanças de funções ou por validade.

## **8. VESTIMENTAS**

Uso de uniforme e obrigatório além de ter que utilizar calça e sapatos fechado. Apenas a camiseta será oferecida pela empresa e deve se utilizá-la todos os dias.

## **9. REMUNERAÇÃO**

O pagamento será mensal, com o adiantamento de 40% no dia 20 e os 60% restantes serão pagos no quinto dia útil, o pagamento será depositado na sua conta bancária.

## **10. REMUNERAÇÃO/MOTIVAÇÃO E INTEGRAÇÃO**

A Visão 360° oferece aos seus colaboradores:

- ✓ Valorização e reconhecimento;
- ✓ Bonificação;
- ✓ Meta alcançada;
- ✓ Festa de final de ano.

## **11. REGISTRO DE PONTO**

O Registro de ponto comprova que o colaborador compareceu na empresa:

1º Registro: início do expediente;

2º Registro: saída para almoço;

3º Registro: Volta do almoço;

4º Registro: Parada para café da tarde;

5º Registro: Volta do café da tarde;

6º Registro: Final do expediente.

## **12. ATRASO**

(Parágrafo primeiro do art. 58 da CLT) De acordo com a Lei nº10.243, de 19.6.2001, a empresa poderá aceitar o limite máximo de dez minutos diários no registro do ponto ultrapassando esse limite o colaborador deve informar o um superior de seu atraso e o que causou.

## **13. FALTAS**

A falta injustificada do colaborador terá desconto na sua remuneração no dia faltado, dias de repouso e feriado além de ter resultados refletidos nas férias:

- ✓ De 01 a 05 faltas no ano 30 dias de férias;
- ✓ De 06 a 14 faltas 24 dias de férias;
- ✓ De 15 a 23 faltas 18 dias de férias;

- ✓ De 24 a 32 faltas 12 dias de férias;
- ✓ Acima de 33 faltas sem férias;

## 14. ATESTADO

Os atestados médicos deverão ser entregues no RH da empresa dentro de 48 horas caso ultrapasse isso o atestado será negado. Caso falte por algum motivo que te garante atestado e você não o apresentar será descontado da sua remuneração como falta sem justificativa.

## 15. Ausência Legal

- ✓ **Casamento** –5 dias consecutivos.
- ✓ **Licença Maternidade** –120 dias e estabilidade de cinco meses após o parto.
- ✓ **Licença Paternidade** –5 dias a partir do nascimento.
- ✓ **Luto** –7dias quando morte do cônjuge ou de familiares (pai, mãe, filhos, irmão ou pessoa que viva sobre sua dependência econômica).
- ✓ **Doação de Sangue** –1 dia por ano.

## 16. Férias

Depois de doze meses trabalhados o colaborador tem direito a trinta dias. Caberá à empresa decidir quando ele puder usufruir de suas férias sabendo que a empresa não pode permitir que vençesse duas férias seguidas.

## **17. 13° Salário**

Implementado no Brasil no governo de Joao Goulart o 13° e uma gratificação natalina que todo colaborador de carteira assinada tem direito.

O valor do 13° salário é equivalente ao mês de trabalho, e recebera proporcional ao tempo trabalhado na empresa. O 13° será pago em até duas parcelas com referência no mês de dezembro.

## **18. PIS/PASEP**

Para ter direito ao PIS/PASEP a= o colaborador deve seguir alguns critérios sendo eles 5 anos no mínimo de carteira assinada com salário inferior a dois salários mínimos mensais.

PIS Programa de integração social é a integração do colaborador privado com a empresa. O pagamento do PIS e Responsabilidade da Caixa Econômica Federal.

PASEP é o Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público.

## **19. FGTS**

Fundo de garantia por tempo de serviço é o depósito realizado pelas empresas no início do mês o valor depositado e referente a 8% do salário do colaborador sofrendo reajustes mensais. O FGTS é depositado em contas abertas na caixa