

**UNIVERSIDADE SANTO AMARO - UNISA**

**Curso: Tecnologia em Gestão de Marketing**

**Dennis Patrício Alves - RA 4515587**

**Gabriel Guimarães de Oliveira - RA 4095731**

**Larissa Gomes França da Hora – RA 4562003**

**PROJETO INTEGRADOR MARKETING II: EMPRESA  
HENRY PEÇAS**

São Paulo

2021

**UNIVERSIDADE SANTO AMARO - UNISA**

**Curso: Tecnologia em Gestão de Marketing**

**Dennis Patrício Alves - RA 4515587**

**Gabriel Guimarães de Oliveira - RA 4095731**

**Larissa Gomes França da Hora – RA 4562003**

**PROJETO INTEGRADOR MARKETING II: EMPRESA  
HENRY PEÇAS**

Trabalho do curso de tecnologia em Gestão de marketing da universidade santo amaro – UNISA, como requisito parcial para aprovação da disciplina Projeto integrador Marketing I, da orientação da Professora Fabiola Assumpção Barrella.

São Paulo

2021

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos aos tutores responsáveis pelas explicações e ajuda no desenvolvimento, a empresa Henry Peças que cedeu o uso para que este trabalho pudesse ser feito e da nossa Orientadora Professora Fabiola Assumpção Barrella.

## **RESUMO**

Conhecer e expor um empreendimento que já é sucesso no Brasil e que vem crescendo no mercado exterior, o projeto aponta a correlação das teorias aprendidas no curso de Gestão de Marketing e os pontos a serem desenvolvidos, tendo como objetivo apontar a importância de uma boa administração e a conquista de novos desafios com a exportação em Buenos Aires na Argentina.

Analisando as empresas que já existem no mercado, Henry Peças apesar de ser uma microempresa evidencia sua competência e diferencial nas vendas e prestação de serviço, sendo famosa no nicho, fidelizando os clientes e conquistando mais consumidores. A empresa amadurece e supera as dificuldades do cenário atual, com vantagens e/ou desvantagens, sendo sempre eficiente e ganhando mais reconhecimento.

Palavras Chave: Empreendimento, rotina empresarial, clientes, marketing.

# **SUMÁRIO**

## **1 INTRODUÇÃO**

## **2 HISTÓRICO DA EMPRESA**

## **3 ANÁLISE PROBLEMÁTICA**

## **4 OBJETIVO**

## **5 PROPOSTA E SOLUÇÃO**

## **6 PROGRAMA**

**6.1. Parte 1: Ambiente Socioeconômico do país (Gabi)**

**6.2. Parte 2: Características culturais (Larissa)**

**6.3. Produto**

**6.4. Mercado**

**6.5. Consumidores**

**6.6. Legislação**

**6.7. Vendas**

**6.8. Distribuição no País**

**6.9. Concorrência**

**6.10. Propaganda de lançamento**

**6.11. Campanha de promoção e merchandising**

**6.12. Campanha de incentivo aos vendedores**

**6.13. Campanha de pós-venda**

## **7 BENEFÍCIOS VANTAGENS E LUCRATIVIDADE**

## **8 CONCLUSÃO**

## **9. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES**

## **10. BIBLIOGRAFIA E REFERÊNCIA DE PESQUISAS**

## **11. ANEXOS**

# 1 INTRODUÇÃO

O Projeto é inspirado na empresa Henry Melo Comércio e Serviços de Equipamentos Hidráulicos LTDA, com seu nome fantasia Henry Peças.

A história de sucesso e superação dessa empresa, fez com que fosse escolhida, mostrando sua inovação, empreendimento, marketing e vendas dentro e fora do país. Apesar de ser uma empresa de sucesso no mercado, o conteúdo exposto nesse trabalho tem como objetivo informar a exportação do produto específico: Bomba hidráulica, do Brasil para a Argentina, conquistando novas oportunidades para a empresa e vencendo os desafios que surgem na exportação diante do cenário em que vivemos atualmente, Covid-19.

A estrutura do projeto foi dividida em capítulos, encerrando com a conclusão e referências das pesquisas.

As entrevistas com os sócios disponibilizaram um auxílio no projeto, os conteúdos de sites e aulas das disciplinas do curso de Marketing apresentados até o momento, tornaram uma metodologia enriquecedora e objetiva.

## **2 HISTÓRICO DA EMPRESA**

Há 20 anos Jonas Henrique de Melo Sousa ingressou como colaborador em um mercado hidráulico, iniciou sua carreira como motoboy e aos poucos foi desenvolvendo habilidades para trabalhar no setor das vendas dessa empresa. O crescimento profissional e o desejo de empreender um negócio próprio, fez com que os planos de Jonas saíssem do papel e enfim se tornassem realidade.

Henry Peças foi fundada em 04 de março de 2010 na cidade de São Bernardo do Campo no estado de São Paulo, atuando no comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores.

O empreendimento foi enquadrado como microempresa no Simples Nacional e começou com apenas um único colaborador, o sucesso em vendas nos últimos anos fez com que os sócios fundadores, Jonas Henrique e sua esposa Viviane Maria Alves Souza, registrassem mais funcionários. Atualmente a empresa possui uma equipe de onze colaboradores, altamente competentes e capacitados na área hidráulica e em diversos segmentos do mercado.

O diferencial da Henry Peças é o trabalho em equipe e a otimização de resultados com o melhor custo e benefício, fidelizando seus clientes e parceiros desde 2010 até o presente momento.

### **3 ANÁLISE PROBLEMÁTICA**

Diante da temática em estudo, o projeto analisa que a empresa Henry Peças dentro do ramo de exportação iniciando uma nova filial em outro país levando sua especialidade na área hidráulica de vendas. Para atingir novas metas e alcançar mais clientes fora do Brasil, se fez necessário desenvolver novos métodos de venda e divulgação assim como a pesquisa e análise de mercado junto a compras para crescimento da nova unidade fora do país.

## **4 OBJETIVO**

Para todos os efeitos, é notório o quão difícil é, nos dias de hoje, construir uma empresa, lançar novos produtos no mercado ou até mesmo decidir tentar exportar produtos para outros países. Isso se deve às inúmeras empresas concorrentes que existem no comércio mundial. Onde cada uma tenta mostrar um diferencial, uma peculiaridade, tendo variáveis preços e qualidades de produtos. Portanto, para que a exportação à Argentina obtenha sucesso, escolhemos o produto “bomba hidráulica”, já que não é um produto que se acha com tanta facilidade no mercado e também não há um grande destaque de empresas nesse seguimento. Além disso, esse produto se mostra necessário para atividades essenciais no cotidiano dos cidadãos, tais como serviços de coleta de lixo, serviços de infraestrutura, construção de estradas, na mecanização dos equipamentos da agropecuária, dentre outros.

## **5 PROPOSTA DE SOLUÇÃO**

A empresa Henry peças considerou a Argentina uma ótima oportunidade de expandir seus negócios de tal forma que o custo-benefício para a exportação da bomba hidráulica seja extremamente compensatória, por se tratar de um país que está localizado no mesmo continente que o Brasil e já tem uma familiaridade pela formação de uma comunidade latino-americana de nações, como consta no artigo 4º da Constituição Federal, na qual existe uma busca pela integração econômica, política, social e cultural dos povos da América Latina. Para que essa exportação atinja os objetivos da empresa de consolidar seu mercado na Argentina e assim, aumentar o número de vendas, essa proposta de trabalho contará com estudo aprofundado de todas as características socioeconômicas e culturais do país em questão, definição do público alvo, propaganda de lançamento do produto, campanha promocional, departamentalização das funções da empresa, além de considerar a concorrência e legislação que serão encontrados durante o processo de exportação.

## **6 PROGRAMA**

### **6.1. Parte 1**

O país selecionado pela Henry para a exportação do produto foi a Argentina, localizado na América do Sul. Com o significado de “prata”, a Argentina tem como seu presidente, Alberto Fernández, e adota as formas de Estado e de Governo bem semelhantes com as do Brasil, tendo, respectivamente, a Federação e a República como seus regimes. Além disso, é enquadrada como uma democracia representativa, ou seja, uma democracia indireta, já que representantes do povo são eleitos para atuar em seu nome e autoridade, sendo legitimados pela soberania popular. Outro elemento semelhante ao brasileiro é o sistema de governo presidencialista, onde os poderes Executivo, Judiciário e Legislativo têm autonomia. Este país detém como símbolos oficiais, a bandeira (constituída de um retângulo que possui três faixas horizontais, sendo duas delas na coloração azul-celeste e uma na cor branca que fica no meio, além do desenho de um Sol, centralizado na bandeira), o Laço Nacional, o Escudo da República e o Hino Nacional.

Estima-se que, nos dias de hoje, a população total da Argentina esteja na faixa de 45,80 milhões de habitantes, sendo que metade da população vive na província de Buenos Aires, ocupando o terceiro país mais populoso da América do Sul e o 32º mais populoso do mundo. Respectiva ao ano de 2020, sua taxa de crescimento chegou a 1% ao ano, estando em declínio desde 1987, quando atingiu 1,6%. Além disso, sua taxa de natalidade bruta está na faixa de 16,6 por 1000 habitantes, na qual em média cada mulher tem 2,25 filhos. Em contraposição a sua taxa de mortalidade que está em cerca de 7,6 mortes a cada 1000 habitantes. Atualmente, o país tem um índice de alfabetização de 97% e três a cada oito adultos acima de 20 anos completaram os estudos da escola secundária ou superior, estando em 53º país com maior índice de alfabetização, muito acima do Brasil, com seus 90%.

Atrás apenas do Uruguai e do Chile, no quesito renda per capita da América do Sul, a Argentina apresenta US\$8441,92 por habitante, com um PIB de US\$383,1 bilhões. Em outubro desse ano (2021), Instituto Nacional de Estatísticas e Censos (Indec) registrou, em outubro desse ano (2021) um déficit de US\$114 milhões na balança comercial da Argentina, atingindo US\$4,715 bilhões em exportações, enquanto as

importações foram de US\$4,829 bilhões. Os principais parceiros comerciais da Argentina, nesse mês, foram o Brasil, os EUA e a China. Tendo US\$789 milhões exportados para o Brasil e US\$1,026 milhões importados, a Argentina teve um déficit de US\$237 em relação aos brasileiros. Já no quesito riscos, o Instituto Brasileiro de Economia (Ibre) da Fundação Getulio Vargas realizou um levantamento em que a inflação acumulada em 12 meses até julho desse ano (2021), mostra a Argentina em primeiro no ranking de países com maior inflação da América Latina, obtendo 51,8%, durante uma crise econômica que se agravou com a pandemia do Covid19.

No momento atual, 92% da população da Argentina (42,13 milhões) reside em sistemas urbanos, enquanto apenas 8% vive em áreas rurais, superando o Brasil (86%), o Canadá (80) e até mesmo os Estados Unidos (82%). Este país detém uma área extensa de 2.280.00 quilômetros quadrados que abrange montanhas dos Andes, Lagos Glaciais e pradarias nos pampas. Por ser um país bastante verticalizado, seu clima varia muito de região para região, podendo ser identificado o clima árido tropical (noroeste), árido frio (sudeste), temperado continental (sul), tropical (norte), subpolar (extremo sul) e montanhoso (noroeste, sudoeste e oeste), predominantemente. Além disso, a Argentina detém uma boa reserva e variedade de recursos naturais, como o petróleo, o gás natural, o ferro, o alumínio, o zinco e o urânio. Já falando de sua topografia, o território estende-se longitudinalmente entre a famosa Cordilheira dos Andes e o Oceano Atlântico e é formado por planícies banhadas pelo Rio Paraná a leste. Ao longo das bacias do Paraná e Paraguai, localiza-se o Chaco, região subtropical e arenosa, ligeiramente inclinada para sudeste. A imagem mais representativa da Argentina é o Pampa, localizado ao sul do rio Salado e ao norte do Colorado, contendo solos muito ricos e apesar de ser uma região bastante homogênea, apresenta áreas mais onduladas, ganha altura nas serras do Tandill e Ventana e, no vale do rio Salado, mergulha em depressão tectônica

## **6.2. Parte 2: Características culturais**

A Argentina é um país localizado na América do Sul, vizinho do nosso país e que vem crescendo muito nos últimos tempos, faz parte do Grupo dos vinte (G20), membros permanentes influentes na economia: África do Sul, Alemanha, Arábia Saudita, Argentina, Austrália, Brasil, Canadá, China, Coreia do Sul, EUA, França, Índia, Indonésia, Itália, Japão, México, Reino Unido, Rússia, Turquia e o bloco da União Europeia, juntos representam cerca de 80% do PIB mundial, 75% do comércio global e

0% da população do planeta. O país tem a agricultura bem desenvolvida e a maior parte dos produtos exportados são agrícolas, produção de trigo, milho, soja, girassol e cevada, entre outras, possuem também 37% do estoque de gado do país. Na parte Industrial se destacam nas áreas automotivas, metalomecânica, refino de petróleo, farmacêutica, pesca, laticínios e processamento de carnes.

A economia da Argentina é extremamente forte nas indústrias e logo em seguida o turismo de todas as regiões, principalmente na capital. Buenos Aires possui o porto primordial, com uma das principais saídas marítimas, movendo aproximadamente 8.710.000 toneladas anuais de carga. Curioso mencionar que o Brasil é conhecido como uma mistura de cultura, raças e crenças, mas na Argentina existem muitos imigrantes europeus, especialmente espanhóis e italianos. Tornando as características, costumes e estilos diferentes uns dos outros.

### **6.3. Produto**

O Produto abordado neste projeto será a Bomba Hidráulica, um dos produtos que são considerados dentro da empresa como vaca leiteira na análise BCG. Utilizada em diversos implementos no mercado, praticamente quase todo equipamento hidráulico tem uma bomba hidráulica sendo indispensável no funcionamento já que é responsável pela distribuição e bombeamento do óleo para todo o equipamento funcionando como um coração que bombeia sangue para o restante do corpo. Normalmente precisa-se de mais itens para o funcionamento e não só a bomba hidráulica, exigindo a necessidade de um kit de equipamento hidráulico ou eletro-hidráulico completo. Existem diversos modelos e vazões em litros disponíveis, com carcaça ou corpo da bomba em ferro ou alumínio, as embalagens, são vendidas em uma única unidade, normalmente caixas duplas de papelão devido ao peso do material em torno de 15kg as bombas maiores e claro, tem pequenas pesando apenas 400g e maiores podendo pesar até 40kg. Os Preços podem variar de acordo com a litragem e corpo do produto, as disponíveis em estoque na empresa variam de R\$ 350,00 a R\$ 2.500,00, quanto maior a litragem maior é o corpo da bomba trazendo desta forma muito mais matéria para fabricação aumentando o valor do produto. O valor segue o preço de acordo com o mercado, valores iguais ou maiores que a concorrência.

A empresa iniciará no país com atendimento diferenciada, prestando serviço de instalação e manutenção também dos equipamentos vendidos, isso junto a visitas seja

para início de negócio, técnica ou pós-venda, fidelizando os clientes e assim gerando um diferencial gigantesco frente a concorrência trazendo novos clientes e claro, antigos clientes a recompra. Visitas e envio são feitos em todo o território nacional gerando também um número maior de compradores em potencial. Utiliza-se o Slogan "A Solução que seu equipamento Hidráulico Precisa" para o produto em questão e os demais produtos da empresa.

O Produto tem uso em diversas áreas e segmentos do mercado são utilizadas em guinchos, muncks, plataformas de auto socorro, carrega tudo, basculante, Guindastes, canavieiro, graneleiro, carro de boi, trailers, elevadores em geral, doca, cesto aéreo entre outros. Isso gera uma diversidade de uso e garante um número alto de vendas devido este fator e o fato de que todo equipamento hidráulico precisa de uma bomba, tornando-o praticamente indispensável em 99% dos equipamentos vendidos, em uma análise SWOT são considerados pontos fortes deste produto. Por outro lado, o peso e dimensões, do produto fazem com que o envio tenha de ser feito por transportadora sendo a opção mais barata principalmente para as regiões mais distantes de onde está localizada a empresa, tornando a única opção aceitável pelos clientes. Também foi analisado o mercado do país em questão que o da argentina, inflacionado devido aos diversos problemas políticos e sócio econômicos, gerando inicialmente uma pequena dificuldade no início das primeiras vendas.

A oportunidade vem normalmente com nossos fornecedores fazendo ações de venda do produto com valor diferenciado para que possam dar descontos no ponto de venda, parcerias com marcas em feiras em diversos segmentos do mercado, algumas disponibilizam além do vendedor específico para empresa um engenheiro para dúvidas e palestras sobre os produtos tanto para aprendizagem técnica quanto para um motivacional no setor de vendas. Destaca-se também a Necessidade do produto com pouca concorrência no País gerando valores absurdos na aquisição do mesmo.

A empresa hoje tem como ameaças a escassez da matéria prima do produto, devido a pandemia diversas mineradoras fecharam, diminuindo a extração da matéria prima, o aumento do dólar também aumentou o valor do produto.

Como mencionado anteriormente é um produto considerado vaca leiteira, que tem lucratividade e posicionamento no mercado pode se tornar um produto "Estrela" um produto de alta lucratividade posição privilegiada de mercado e que venda por si só. Hoje

temos um plano de expansão de venda do produto com visitas em fabricantes de implementos que necessitem de equipamento hidráulico e concessionária que revendem o implemento ou o Caminhão já com o implemento.

#### **6.4. Mercado**

Hoje a Empresa atua nas linhas Mobil, industrial, agrícola e rodoviária, atuando em todos os mercados já que, o equipamento hidráulico tem a versatilidade de uso e funcionamento de acordo com cada implemento. Os consumidores são tanto final quanto empresarial, normalmente consumidores finais são donos de um único implemento, após a compra e instalação do equipamento não retornam a compra a não ser que por tempo de uso de algum problema. Consumidores empresariais, temos Fabricantes de implementos, concessionarias de venda veículos e de implementos.

Os Mercados Agrícolas e rodoviários estão sempre em constante expansão, o consumo de produtos e a exportação aumentou em todo o setor agrícola principalmente com o início da pandemia no ano de 2019/2020. Alguns setores do mercado como a carne que o preço aumentou consideravelmente atraiu novos investidores neste setor, aumentando assim o transporte de alimento para o gado aumentando o consumo da linha de equipamentos para biomassa e transporte de gado. A compra e venda de Veículos também aumentou muito gerando espera na compra de um caminhão de até três meses para algumas marcas, os implementos também tiveram fila de espera, esta, muito maiores podendo chegar de até 6 meses de espera.

Utilizada a segmentação de comportamento, uma vez que, o cliente tem breve conhecimento do produto e busca por uma experiência em que o fornecedor do produto tenha a mesma base de conhecimento ou superior ao equipamento oferecido. A disputa pelo pela atenção do consumidor da empresa se torna imprescindível ter um atendimento personalizado o fazendo ter uma experiência positiva com a compra e que se sinta especial, fazendo com que retorne a fazer negócios novamente com a empresa, sendo consumidor final ou não. A Carência deste produto no mercado argentino e um fato e trazendo esse tipo de experiência de compra, fideliza quase que de imediato o cliente a retornar.

## 6.5. Consumidor

Os consumidores da empresa estão por todo Brasil, sendo o estado de São Paulo o campeão de consumo, entretanto as vendas em Buenos Aires na Argentina vêm ganhando mais espaço, obtendo um ciclo de crescimento na empresa com o comércio exterior, os principais consumidores são as grandes e médias Oficinas mecânicas, Transportadoras, Usinas, Posto de molas, Concessionárias de caminhões, etc. Em Buenos Aires os principais consumidores são as indústrias, sendo o maior público do sexo masculino e com a faixa etária de 30 à 60 anos. Brasil e Argentina tem muitas coisas em comum, são países próximos um do outro, participam do Mercosul, possuem a proximidade linguística, além das considerações de ordem econômica, uma negociação de compra e venda vantajosa e de sucesso.

## 6.6. Legislação

Argentina e Brasil são países parceiros comerciais por estarem na união do Mercosul, porém exportar um produto para o país vizinho não é tão simples e exige regras, processos e leis a serem seguidas.

Primeiramente a empresa possui em seu CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) a informação que exporta produto e que está registrada na RFB e Siscomex para realizar transações comerciais. Após a contratação entre as empresas sobre o produto a ser vendido, nota fiscal e acertos, é definido entre ambos a modalidade e quem se responsabilizará por todo o processo.

A empresa Henry Peças trabalha com a **Incoterm EXW**, para entender melhor, O Ex Works, também conhecido pela sigla EXW, é um Incoterm importante para o comércio exterior. Sendo mais amplo, podendo ser utilizado em qualquer modalidade de transporte (terrestre, marítima ou aérea) e colocando toda a responsabilidade no processo do envio para o comprador. Ou seja, a empresa que está exportando negocia com os seus consumidores em Buenos Aires o envio e fica acordado toda e total responsabilidade pelo comprador.

Optando pelo transporte marítimo, a empresa Henry Peças cumpre com o prazo a ser despachado o produto, no caso, a bomba Hidráulica, do Porto de Santos no estado de São Paulo ao Porto de Buenos Aires na Argentina. A vantagem disso é proporcionar uma

venda de sucesso internacional sem se preocupar com as burocracias do processo de exportação, mas ficando ciente de todos os processos e passos da mercadoria. O que atrai o comprador a aceitar esse tipo de negociação, é o valor mais acessível do produto vindo do Brasil.

O cliente supervisionará o produto com as regras a seguir:  
No país de origem da mercadoria:

- Carga na origem
  - Transporte dentro do país de origem
  - Seguro no país de origem
  - Direitos de exportação
  - Inspeção
  - Peritagem
  - Burocracias alfandegárias
  - Armazenamento
  - Despesas com o embarque
  - Estiva
- No caminho entre o país de origem e o destino final:
    - Transporte
    - Seguro internacional
  
  - No país de destino:
    - Descarga
    - Manuseio
    - Armazenagem
    - Burocracias alfandegárias
    - Direitos na importação
    - Transporte dentro do país de destino
    - Seguro no país de destino
    - Descarga da mercadoria

Além disso, o cliente também arca com as responsabilidades:

- Carregamento de fábrica
- Desembarço aduaneiro
- Transporte
- Seguros

## **6.7. Vendas**

Criar um plano de negócios é tarefa essencial que qualquer empresa deve estabelecer para que consiga se manter nesse mercado tão concorrido. À medida que ela

crece, a complexidade das inovações e vendas que a empresa almeja vai aumentando e para que tudo ocorra como esperado, ela deve estar bem preparada e planejada para os desafios que se sucedem. No caso da Henry Peças, a exportação vai ser um passo bem grande para atingir novos clientes, países e assim se destacar. Portanto, surge a necessidade de dividir as principais atividades e tarefas organizacionais, transformando-as em responsabilidades departamentais, ou seja, a elaboração e o desenho da departamentalização.

A primeira abordagem utilizada na Henry foi a departamentalização funcional, onde os funcionários foram segregados por áreas, nas quais ele é especializado. Por exemplo, colaboradores especializados na compra de mercadorias com melhor custo-benefício estarão no departamento de compras, já os que são especializados em recrutamento e seleção de novos funcionários, sabe definir salários e cargos, estarão no departamento de recursos humanos, outro modelo é o gestor comercial especializado em contratos com empresas terceirizadas para o transporte e exportação das bombas hidráulicas. O segundo tipo de departamentalização utilizado será o por localização geográfica. Já que mais da metade da população da Argentina mora em Buenos Aires, o foco da exportação será a capital federal, onde o número de clientes será satisfatório para o cronograma da empresa.

Por último, mas não menos importante, a departamentalização por clientes fará o encargo de buscar o modelo b2b (business to business), ou seja, a venda das bombas hidráulicas será feita para empresas argentinas, tornando mais fácil a venda, já que o maior fator para uma empresa adquirir o produto, é a necessidade, fugindo um pouco dos hábitos de consumos, valores pessoais e costumes sociais que, normalmente, pessoas físicas têm.

## **6.8. Distribuição no país**

A Distribuição será feita como no país de origem, através de transporte terrestre por transportadoras, Viações de ônibus motoboys e a opção de retirada no local da compra. Utilizaremos empresas que tem seguro de carga e trabalhem a nível nacional, envio feito em todo o território argentino. Caso seja necessário, será feita uma nova construção de filial em outro ponto do país para que facilite a entrega e diminuir custo de

envio para o cliente. Com o aumento do combustível durante a pandemia, esta, pode ser uma opção viável já que o custo para transporte do produto subiu bastante partindo de uma filial mais próxima do cliente reduz bastante os valores cobrados.

### **6.9. Concorrência**

Com base nas experiências mencionadas pelos próprios clientes brasileiros, os concorrentes em alguns produtos e serviços possuem preços mais acessíveis, entretanto a finalização do atendimento, desde a compra até a instalação, possui atrasos ou demora no processo. Por exemplo, considere o fato que um caminhoneiro deixe o seu meio de trabalho em uma oficina, se a entrega do serviço for concluída após dias, consequentemente o profissional não exerce sua função, perdendo dias de faturamento.

Segundo Dornelas, “O empreendedor revolucionário é aquele que cria novos mercados, ou seja, o indivíduo que cria algo único”, o diferencial da Henry Peças entre os seus concorrentes no mercado, não é referente aos valores das peças, mas sim a confiança que transmite e proporciona aos seus clientes com uma prestação de serviço de qualidade e comprometimento da entrega em curto prazo. Atualmente a oficina possui cinco profissionais mecânicos e mais uma equipe de apoio, em que juntos exercem com eficiência e rapidez soluções para os seus clientes. (Anexo1)

Apesar da Covid-19 ter ocasionado o fim de muitas empresas, Henry Peças inovou com vendas para fora do país e trouxe o benefício de ter uma menor dependência do mercado local, adquirindo aos poucos mais experiência no negócio e comércio exterior, tornando-se destaque para os concorrentes dentro e fora do Brasil. Como já mencionado anteriormente, o que faz a venda para a Argentina ser um sucesso, é o valor acessível da peça, vendida na moeda real, diferentemente dos concorrentes argentinos que compram a peça em dólar e revendem no peso, encarecendo o produto pelo alto valor investido na primeira compra. Sendo assim, por mais que haja custos entre o destino de um país para outro, a negociação entre Henry Peças e clientes Argentinos é mais lucrativa do que a compra do produto dentro do próprio país.

### **6.10. Propaganda de lançamento**

O objetivo dessa propaganda é fazer com que os futuros possíveis consumidores fiquem curiosos e instigados a procurarem saber mais sobre o lançamento desse produto, tão necessário, em seu país. Esse sentimento de interesse fará com que o produto seja conhecido, antes mesmo de começarem as vendas. Uma observação a ser feita, é que a propaganda estará redigida em espanhol, língua predominante da Argentina.

Ela será divulgada na internet, por meio das redes sociais: Instagram e Facebook. Outra forma de atingirmos mais público será por meio de um contrato realizado com a revista “Pelo”, com um grande alcance na Argentina com a finalidade de promover o produto, pois a propaganda estará estampada em uma das páginas dessa revista. Além disso, terão 5 outdoors espalhados pelas ruas mais movimentadas de Buenos Aires, contendo a propaganda do produto. Por ser um objeto que as pessoas não conseguem ignorar, chama a atenção de qualquer cidadão que esteja passando pela rua, seja a pé ou dirigindo.

“A melhor bomba hidráulica brasileira está chegando.

Com extrema qualidade e um preço que cabe no seu bolso, a Henry peças traz até você uma grande variedade de bombas hidráulicas que chegam a uma vazão de até 200 litros. E para você não ficar receoso, ela vem com garantia vitalícia! Para mais informações envie uma mensagem para: (+55 xx) xxxx-xxxx ou acesse nosso instagram “Henry Peças”. Nossa equipe estará disponível para seu contato. ”

### **6.11. Campanha de promoção e merchandising**

Essa campanha terá como foco a venda de bombas hidráulicas e o objetivo é adquirir maior visibilidade e público no setor de fabricação de empresas argentinas. A promoção durará enquanto tiver estoque (serão 30 peças vendidas), com previsão de acabar em um mês, fornecendo 10% de desconto em bombas hidráulicas de 40 litros para os clientes que comprovarem ser fabricantes. Ela será divulgada no Facebook, em grupos de compras e vendas de produtos e no Instagram da empresa. Além disso, contará com a confecção de banners com fotos do produto, tema e conteúdo da promoção e telefones para contato.

“Precisando de uma bomba mais potente para a fabricação de seus produtos? A Henry Peças garante para você e sua empresa a bomba hidráulica de 40 litros com

custo-benefício imperdível. E comprovando que é um fabricante, ainda conta com 10% de desconto no final da compra. Ficou interessado? Entre em contato com dos nossos números e aproveite essa oferta enquanto durarem os estoques. Corra para não perder seu produto! “

### **6.12. Campanha de incentivo aos vendedores**

Com os objetivos já definidos, os profissionais especializados, está no momento de “botar lenha na fogueira” e criar uma campanha de incentivo aos vendedores:

“Por ser algo inédito na nossa empresa Henry Peças, esse passo para fora do Brasil pode parecer excitante, porém será extremamente difícil. O empenho que todos os colaboradores tiveram para chegarmos ao patamar que estamos foi imprescindível. No entanto, entrar no mercado argentino e conquistar uma consolidação, se faz necessário, mais do que nunca, um trabalho em equipe organizado e focado. Focado na meta de 1 milhão que conseguiremos de lucro somente nesse ano. Caso isso ocorra, os dois funcionários que conseguirem o maior número de vendas e clientes, ganharão uma viagem paga para o Caribe. Portanto, não percam tempo e vamos começar logo essa exportação!!”

### **6.13. Campanha de pós-venda**

O Contato pós-venda e de extrema importância, um feedback sobre a compra e como vai o uso do produto gera maior confiança do cliente a empresa, e nos diz como melhorar caso tenha tido algum tipo de problema durante o processo de compra. Uma abordagem clara, simples e rápida, hoje tempo e dinheiro e este tipo de ligação pode incomodar clientes, os que sabemos não gostar, enviamos um vendedor apenas para uma visita simples e rápida. Após a fidelização do cliente não é mais necessário fazer pós-venda a cada compra, já que ele estará em contato constante comprando sempre. Além deste tipo, contato via e-mail sobre promoções e datas comemorativas também será feito.

## **7 BENEFÍCIOS, VANTAGENS E LUCRATIVIDADE**

Com crescimento constante do mercado no ramo hidráulico principalmente no setor do agronegócio e a fraca concorrência com preços muito superiores, faz da empresa uma forte concorrente e com grandes chances de fixação em solo estrangeiro. Tendo em vista que aumentara o número de vendas deste produto sempre com muita divulgação e absorvendo sempre os pontos positivos, om profissionais prontos para a negociações conhecendo o produto a um nível superior com treinamento adequado passam segurança para o cliente na hora da compra, gera-se mais vendas, aumenta o lucro, e eleva a empresa no mercado já que este cliente satisfeito com sua compra e o grau de entendimento e treinamento do vendedor, vai indicar a empresa para pessoas conhecidas que precisem também do produto. Com a implementação destas novas táticas e processos de comunicação podemos afirmar que haverá um maior crescimento no número de novos clientes e oportunidades com fornecedores.

## 8 CONCLUSÕES

Em virtude de todo conteúdo mencionado nesse Projeto Integrador de Gestão, nós concluímos que Henry Peças é uma empresa com alto potencial, que está passando por mudanças construtivas, com novas oportunidades para agregar no mercado automotivo no exterior. Notamos que a empresa preza pelo atendimento diferenciado para os seus consumidores, desde o início da compra até ao pós-venda e que há uma dedicação nas negociações para Buenos Aires na Argentina.

Henry Peças dedica-se para oferecer o melhor treinamento aos seus colaboradores com o objetivo de alcançar as metas e proporcionar atendimento exclusivo para todos os clientes do Brasil, com essa mesma linha de pensamento empenha-se também no comércio exterior. As disciplinas já vistas no decorrer do curso de Marketing e as ferramentas que a Universidade Santo Amaro nos proporciona até hoje, agregam mais conhecimentos, que facilitaram para a conclusão do Projeto Integrador. Ressaltando também a importância das entrevistas e pesquisas realizadas na empresa pelo colaborador e integrante desse projeto, Dennis Patrício Alves. As pesquisas e todos os aprendizados já expostos mostram que apesar de ser uma empresa de sucesso e que estão financeiramente saudáveis, os cinco pilares na Gestão de Pessoas, Planos de Negócios e Ação de Marketing são essenciais para o desenvolvimento e crescimento da empresa, ressaltando a importância de obter funcionários aptos, ágeis e treinados em todos os aspectos dentro e fora do país. A empresa Henry Peças possui um ambiente agradável para o seu quadro de colaboradores, mas pode adotar mais projetos, treinamentos e campanhas de marketing enriquecedoras, a fim de atender e crescer internacionalmente.

## 9 CRONOGRAMAS DE ATIVIDADES

<b>Cronograma de Atividades</b>	<b>Semana 1</b>	<b>Total CH</b>
<b>Orientação do Projeto Integrador</b>	<b>6h</b>	<b>6h</b>
<b>Pesquisa de Empresas</b>	<b>2h</b>	<b>2h</b>
<b>Abordagem em Empresa</b>	<b>3h</b>	<b>3h</b>
<b>Coleta de Dados e Informações</b>	<b>7h</b>	<b>7h</b>
<b>Análise de Dados e Informações</b>	<b>8h</b>	<b>8h</b>
<b>Consolidação dos Resultados</b>	<b>8h</b>	<b>8h</b>
<b>Apresentação Escrita da Pesquisa</b>	<b>9h</b>	<b>9h</b>
<b>Apresentação Gráfica da Pesquisa</b>	<b>x</b>	<b>x</b>
<b>Conclusões</b>	<b>1h</b>	<b>1h</b>
<b>Formatação do Trabalho</b>	<b>3h</b>	<b>3h</b>
<b>Preparação para Entrega</b>	<b>1h</b>	<b>1h</b>
<b>Preenchimento da Ficha de Identificação</b>	<b>2h</b>	<b>2h</b>
<b>Entrega do Projeto Integrador</b>	<b>x</b>	<b>x</b>
<b>Total de Horas Destinadas ao Projeto</b>	<b>50</b>	<b>50</b>

## 10 REFERÊNCIAS

MEDICINA ARGENTINA. Argentina é o segundo país com o índice mais baixo de analfabetismo da América Latina. Disponível em:

<https://medicinanaargentina.net.br/argentina-e-o-segundo-pais-com-o-indicie-mais-baixo-de-analfabetismo/>. Acesso em: 3 nov. 2021.

CEIC. Argentina Pib Per Capita. Disponível em:

<https://www.ceicdata.com/pt/indicador/argentina/gdp-per-capita>. Acesso em: 3 nov. 2021.

JORNAL DO COMÉRCIO. Balança comercial argentina tem déficit de US\$ 114 milhões em outubro. Disponível em:

<https://www.jornaldocomercio.com/ conteudo/2016/11/internacional/533330-balanca-comercial-argentina-tem-deficit-de-us-114-milhoes-em-outubro.html>.

Acesso em: 3 nov. 2021.

CEIC. Argentina Balança comercial. Disponível em:

<https://www.ceicdata.com/pt/indicador/argentina/trade-balance>. Acesso em: 3 nov. 2021.

G1 GLOBO. Inflação no Brasil é a terceira maior da América Latina, atrás somente de Argentina e Haiti. Disponível em:

<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/09/07/inflacao-no-brasil-e-a-terceira-maior-da-america-latina-atras-somente-de-argentina-e-haiti.ghtml>.

Acesso em: 3 nov. 2021.

WIKIPEDIA. Urbanização na Argentina. Disponível em:

[https://pt.wikipedia.org/wiki/Urbaniza%C3%A7%C3%A3o\\_na\\_Argentina](https://pt.wikipedia.org/wiki/Urbaniza%C3%A7%C3%A3o_na_Argentina).

Acesso em: 3 nov. 2021.

BRASIL ESCOLA. Argentina. Disponível em:

<https://brasilecola.uol.com.br/geografia/argentina.htm>. Acesso em: 3 nov. 2021.

MUNDO EDUCAÇÃO. Argentina. Disponível em:

<https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/argentina.htm>. Acesso em: 3 nov. 2021.

INFOPÉDIA. Argentina. Disponível em: [https://www.infopedia.pt/\\$argentina](https://www.infopedia.pt/$argentina). Acesso em: 3 nov. 2021.

WIKIPEDIA. Relevo da Argentina. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Relevo\\_da\\_Argentina](https://pt.wikipedia.org/wiki/Relevo_da_Argentina). Acesso em: 3 nov. 2021.

DEFINICIONES. **topografía de la Argentina. Disponível em:** [https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/topografia\\_de\\_la\\_argentina.php](https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/topografia_de_la_argentina.php). **Acesso em: 3 nov. 2021.**

JUSBRAZIL. Parágrafo 1 Artigo 4 da Constituição Federal de 1988. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10641648/paragrafo-1-artigo-4-da-constituicao-federal-de-1988>. Acesso em: 3 nov. 2021.

BBC NEWS BRASIL. Qual a origem dos nomes dos países da América Latina? Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-36630446>. Acesso em: 3 nov. 2021.

OBSERVATÓRIO DE IGUALDADE DE GÊNERO. Argentina - Sistema político e eleitoral. Disponível em: <https://oig.cepal.org/pt/paises/5/system>. Acesso em: 3 nov. 2021.

WIKIPEDIA. Bandeira da Argentina. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Bandeira\\_da\\_Argentina](https://pt.wikipedia.org/wiki/Bandeira_da_Argentina). Acesso em: 3 nov. 2021.

COUNTRY METERS. População da Argentina. Disponível em: <https://countrymeters.info/pt/Argentina>. Acesso em: 3 nov. 2021.

BRASIL ESCOLA. Aspectos da população argentina. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/geografia/argentina3.htm>. Acesso em: 3 nov. 2021.

INFOESCOLA. População da Argentina. Disponível em: <https://www.infoescola.com/demografia/populacao-da-argentina/>. Acesso em: 3 nov. 2021.

KNOEMA. Argentina – Taxa bruta de Natalidade. Disponível em: <https://pt.knoema.com/atlas/Argentina/Taxa-de-natalidade>. Acesso em: 3 nov. 2021.

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA.** O que é uma campanha publicitária? (+3 exemplos para você se inspirar). Disponível em: <https://inscricao.ucb.catolica.edu.br/blog/campanha-publicitaria#:~:text=Uma%20a%C3%A7%C3%A3o%20interna%20no%20Brasil,Essa%20Coca%2DCola%20%C3%A9%20Fanta>. Acesso em: 22 mai 2021.

**NEIL PATEL** Análise SWOT: O Que É e Como Fazer (+ 4 Exemplos Práticos)  
<https://neilpatel.com/br/blog/como-fazer-analise-swot/>

**NEIL PATEL** Sistema de Informação de Marketing: O Que É e Como Aplicar?  
<https://neilpatel.com/br/blog/sistema-de-informacao-de-marketing/>

<https://www.fazcomex.com.br/blog/portos-do-mercosul/>



## Bomba Hidráulica 40 Litros

Preço Especial  
Para  
**FABRICANTES**

Entre em contato  
e confira!!

(11) 2669-7505

(11) 2669-7501

[www.henrypecas.com.br](http://www.henrypecas.com.br)

\*Válido enquanto durarem os Estoques