

UNIVERSIDADE SANTO AMARO – UNISA

Curso: Tecnologia em Marketing

Mayara Bonifácio Casagrande - RA 4230205

PROJETO INTEGRADOR EM MARKETING II:
CONTAINERS PARA ESCRITÓRIO EM BUENOS AIRES

São Paulo

2022

UNIVERSIDADE SANTO AMARO – UNISA

Curso: Tecnologia em Marketing

Mayara Bonifácio Casagrande - RA 4230205

PROJETO INTEGRADOR EM MARKETING II:
CONTAINERS PARA ESCRITÓRIO EM BUENOS AIRES

Trabalho do curso de Tecnologia em Marketing da Universidade Santo Amaro – UNISA, como requisito parcial para aprovação da disciplina Projeto Integrador em Marketing I, sob a orientação do Prof. Marcus Vinicius

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	4
2.	HISTÓRICO DA EMPRESA	6
3.	ANÁLISE DA PROBLEMÁTICA.....	8
4	OBJETIVO.....	9
5.	PROPOSTA DE SOLUÇÃO	10
6.	PROGRAMA	11
	CRONOGRAMA	22
	CONCLUSÃO.....	23
	REFERÊNCIAS	25

1. INTRODUÇÃO

A MOBILE OFFICE entrará no mercado oferecendo contêineres de escritório nos bairros de Palermo, Recoleta e Puerto Madero na Argentina. Esses pontos foram escolhidos, pois se trata de locais onde há muitos empreendimentos e essa região se localiza em uma região estratégica para o atendimento do nosso público-alvo que serão pequenos e médios empresários e vendedores que precisam de locais adequados para a realização de suas reuniões.

A MOBILE OFFICE funciona no Brasil desde 2019 no estado de São Paulo, apresenta-se aqui de expandir o serviço para a Argentina.

A MOBILE OFFICE é inovadora, pois é um local para enviar uma apresentação, fazer um phone conferência para vendedores que tem a sede da empresa distante dos clientes, evitando a locomoção e caindo em custos. Esse é um ponto importante a fazer as empresas pagarem 3 horas no container, ao invés de deslocarem os funcionários de um local ao outro + custo da hora parada no trânsito + stress.

Com um conceito inovador e tecnológico a MOBILE OFFICE também trabalhará com o conceito de sustentabilidade, que está em alta no mercado atualmente agregando valor para seus clientes.

A missão da empresa será disponibilizar um espaço agradável, moderno e tecnológico para a realização de reuniões.

A visão da empresa será ser conhecida como a melhor opção para reuniões móveis na cidade de Buenos Aires.

Os valores da MOBILE OFFICE serão:

- Ética, honestidade, respeito e transparência total nos relacionamentos, com todos os envolvidos
- Valorização, comprometimento e fidelidade com nossa marca
- Ter credibilidade no mercado
- Excelência e agilidade desde o atendimento, entrega interna e pós venda
- Qualidade nos produtos e serviços
- Responsabilidade Social e ambiental
- Estar sempre disposto a resolver o problema de nossos clientes e parceiros, se

possível for

- Liderança
- Equipe experiente
- Pró-atividade

2. HISTÓRICO DA EMPRESA

A empresa MOBILE OFFICE foi inaugurada em 2019 na cidade de São Paulo, seus contêineres atendem aos clientes dos bairros de Itaim Bibi, Jardins e Moema. O executivo-chave da MOBILE OFFICE é sua gestora proprietária Lindsay Paiva que é a idealizadora desse Produto/Serviço. O produto/serviço é o Aluguel de espaço móvel (contêiner) para a realização de reuniões com as mais diversas finalidades. Os funcionários de apoio atuais da empresa são:

- Recepcionista
- Secretária
- Motorista/entregador
- Auxiliar de Serviços Gerais
- Técnicos/Manutenção

Tabela 1: Profissionais de apoio

Funcionários	Quantidade
Recepcionista	2
Secretária	1
Motorista/Entregador	5
Auxiliar de serviços gerais	1
Técnicos/Manutenção	1

Fonte: Elaboração própria (2022)

Para realizar o registro da marca MOBILE OFFICE, a empresa entrou com o pedido formal no site: www.marcasepatentes.com.br



A MOBILE OFFICE se concentra com divulgações em feiras de negócios, acredita-se que a entrada nas redes sociais poderá ajudar na melhor divulgação da empresa.

3. ANÁLISE DA PROBLEMÁTICA

O mercado de aluguel de espaços móveis para o segmento corporativo ainda é pouco explorado em Buenos Aires. Conversando com amigos que precisam realizar negócios no centro da cidade, observou-se que o aluguel de espaços para reunião torna-se um grande impeditivo para o desenvolvimento dos negócios, somando-se a isso o setor imobiliário em Buenos Aires é oneroso, custoso, manter uma sala comercial pode gerar custos que poderiam ser minimizados com a utilização de um espaço alugado. Dessa forma, pensou-se no conceito da MOBILE OFFICE que será uma empresa inovadora no mercado com um escritório móvel dispondo de alta tecnologia visualizando esse segmento de mercado que não está sendo explorado. Os cálculos preliminares indicam que o negócio deve ter seu investimento inicial de R\$ 234.420,00.

A origem do negócio nasceu da observação de que comprar ou alugar um espaço é uma das principais despesas de empresários e vendedores que precisam fechar negócios.

4 OBJETIVO

Propor um plano de marketing para a divulgação da empresa MOBILE OFFICE que tem como ser produto/serviço, o aluguel de contêineres como lugar de negócios nos bairros da Recoleta, Palermo e Puerto Madero.

5. PROPOSTA DE SOLUÇÃO

A solução proposta são as seguintes:

- Desenvolver um aplicativo de vendas;
- Desenvolver estratégias para redes sociais;
- Desenvolver uma campanha no google ad words;
- Desenvolver um site institucional;
- Definir um Orçamento para hospedagem do site.

6. PROGRAMA

Parte 1 – Ambiente socioeconômico do país

A Argentina é governada pelo presidente Alberto Fernandez, o sistema de governo é o presidencialismo, as cores da bandeira são azul-celeste, branco, marrom e amarelo. Tem 45 milhões de habitantes, 2º maior país da América do Sul. A densidade populacional é de 15 pessoas por quilômetro quadrado de área de terra, bem abaixo da média mundial de 50 pessoas. A taxa de crescimento da população em 2010 foi estimada em 1,03% ao ano, com uma taxa de natalidade de 17,7 nascimentos por 1 000 habitantes e uma taxa de mortalidade de 7,4 mortes por mil habitantes. O saldo migratório argentino variou de zero a quatro imigrantes por mil habitantes. Apresenta altos índices de alfabetização é um país predominantemente urbano. As dez maiores áreas metropolitanas abrigam metade da população e menos de uma em cada dez pessoas vivem em áreas rurais. Cerca de 3 milhões de pessoas vivem na cidade de Buenos Aires e a área metropolitana da Grande Buenos Aires compreende uma população de 13 milhões de habitantes, o que a torna uma das maiores áreas urbanas do mundo. As áreas metropolitanas de Córdoba e Rosário têm cerca de 1,3 milhões de habitantes cada, enquanto Mendoza, Tucumán, La Plata, Mar del Plata, Salta e Santa Fé têm pelo menos meio milhão de pessoas cada um. A economia da Argentina é a terceira maior da América Latina, com uma alta qualidade de vida e um PIB *per capita* elevado, além de ser considerada uma economia de renda média-alta (WIKPEDIA, 2022).

A Argentina está situada no sul da América do Sul, com a Cordilheira dos Andes a oeste e o Oceano Atlântico ao sul e a leste. O país tem uma área total (excluindo a alegação da Antártida e as áreas controladas pelo Reino Unido) de 2 780 400 km², sendo que 43 710 km², ou 1,57%, é composto por água. O clima temperado, geralmente varia de subtropical no norte, até subpolar no extremo sul. O norte é caracterizado por verões quentes e úmidos, com invernos secos leves, e está sujeito a secas periódicas. O centro da Argentina tem verões quentes com trovoadas (oeste da Argentina produz alguns dos maiores granizos do mundo) e invernos frios. Nas regiões do sul, os verões são mornos e invernos frios com fortes nevoadas, especialmente nas zonas montanhosas. As altitudes mais elevadas em todas as latitudes tornam as condições climáticas mais frias (WIKPEDIA, 2022).

Apesar da crise da economia atual com as altas da inflação e da desvalorização do peso em relação ao dólar e ao real, o país é pacífico.

Parte 2- Características culturais

A língua falada é o espanhol argentino (castelhano). A maioria dos argentinos são descendentes de colonos da era colonial e de imigrantes europeus do século XIX e XX (WIKPEDIA, 2022).

Parte 3. Desenvolvimento do produto

- Categoria: Negócios
- Local de uso: Cidade de Buenos Aires
- Sazonalidade: Como serão contêineres para alugar, os clientes poderão alugar os espaços para negócio no ano todo, mas o período menos procurado será no verão entre janeiro e fevereiro.
- Preços (para o distribuidor e para o consumidor final: O contêiner que vamos alugar será reservado por hora, fixamos no valor de R\$ 500,00 a hora.
- Imagem desejada o produto:

Apresenta-se aqui a intenção de abrir a empresa MOBILE OFFICE que será uma empresa que se localizará na cidade de Buenos Aires que terá como objetivo o atendimento de um segmento ainda pouco explorado na Argentina que é o aluguel de espaços móveis para a realização de reuniões com as mais diversas finalidades.

É notório que manter um escritório físico com todas as taxas incluindo luz, água, condomínio pode se tornar inviável para vendedores, pequenos e médios empresários, observando essa lacuna no mercado a MOBILE OFFICE desenvolverá espaços de escritórios em contêineres com a intenção de oferecer uma opção para que os interessados os aluguem por um período pré-determinado para as realizações pontuais de reuniões in loco por vídeo/teleconferência, disponibilizando um ambiente agradável, moderno que contará com os equipamentos com as mais altas tecnologias disponíveis no mercado.

A cidade de Buenos Aires possui notoriamente um grande centro de negócios na América Latina. Os índices econômicos recentemente divulgados mostram que a economia começou a crescer novamente, mesmo que de forma tímida esse crescimento pode ampliar os negócios da MOBILE OFFICE.

O setor imobiliário em Buenos Aires sentiu a crise do cenário econômico nacional e internacional e seu crescimento encontra-se com baixo, o que tornou os espaços comerciais ainda mais caros e disputados. As pequenas e médias empresas representam 71,7% dos negócios, observa-se que como custo de manter uma sala comercial no centro da cidade muitas, empresas está se deslocando para outras partes da cidade o que dificulta a realização de

reuniões. Dessa forma, o consumidor da nossa empresa é dono de uma pequena ou média empresa ou um vendedor que não possui uma sede fixa na cidade de Buenos Aires e que precisa de um espaço moderno e tecnológico para fechar negócios.

A cidade de Buenos Aires possui notoriamente um grande centro de negócios na América Latina. Os índices econômicos recentemente divulgados mostram que a economia começou a crescer novamente, mesmo que de forma tímida esse crescimento pode ampliar os negócios da MOBILE OFFICE. De outro lado existe uma incógnita em relação ao aquecimento do setor imobiliário na cidade, o setor vem crescendo pouco e são poucos espaços que estão sendo disponibilizados a preços caros, o que assusta pequenos e médios empresários. Como a tendência atual são minimizar custos, espaços de escritórios móveis tende ser uma boa aposta no mercado.

Um dos nossos concorrentes é a empresa REGUS: <https://www.regus.com.br/meeting-rooms>. Eles oferecem salas comerciais para aluguel por hora, como diferencial eles possuem um espaço organizável de acordo com as necessidades dos clientes. Entre os serviços oferecidos estão:

			
<i>Salas de entrevista</i>	<i>Sala de diretoria</i>	<i>Sala de treinamento</i>	<i>Sala de conferência</i>
Entreviste potenciais candidatos sem limite para o número de convidados.	Grandes salas de diretoria, com espaço para 8-12 pessoas. Mobiliário de alta qualidade.	Configure o espaço para eventos de treinamento de sua empresa; oferecemos serviços de alimentação	Nossas salas de reunião maiores são perfeitas para pequenos eventos e conferências.

A outra concorrente é a empresa Delta (<https://www.deltabc.com.br>) que também realiza o aluguel de escritórios modernos não somente na cidade de Buenos Aires, mas em outras cidades. O diferencial é que ela apresenta diferentes salas para diferentes necessidades, entre elas estão:



Tabela 2 – Análise da Concorrência

Tópicos de Comparação (Atributos)	Concorrente 1	Concorrente 2	Seu negócio	Conclusão por tópico
Preço	Entre 800 a 5000 reais.	Entre 800 a 5000 reais.	Os preços a serem cobrados serão estimados pela hora de uso do espaço que ficará fixado no valor de R\$ 500.	Fixaremos um valor por hora com o oferecimento de personalização e equipamentos de tecnologia de alta geração.
Serviços extras (além do aluguel do espaço)	Sala de entrevista Sala de diretoria Sala de treinamento Sala de conferência	Escritório virtual Coworking privativo Escritório privativo Reunião e Treinamento Plano de contingência	Mobilidade	Somos a única com o conceito de aluguel de espaços móveis

Fonte: A autora

A Vantagem Competitiva do Modelo de Negócio será analisada conforme Porter (2017). Inicialmente sobre a **Rivalidade entre concorrentes** por um lado verifica-se que os

concorrentes já são empresas bem estabelecidas em Buenos Aires, mas em outras capitais e estão no mercado há mais de uma década, assim já possuem uma rede de clientes bem definida, podem ter como entrave a desconfiança sobre a qualidade dos nossos serviços por ser inovador, mas outro lado, a evolução do mercado e de novos entrantes pode ser um novo nicho de mercado a ser explorado, com clientes que além do custo mais acessível de terem um aluguel por hora, também terão sempre espaços novos atualizados sem ter que gastar com impostos e/ou manutenção de equipamentos.

Nosso **poder de barganha com os fornecedores** inicialmente pode ser prejudicado pela desconfiança da proposta da nossa empresa, nesse quesito os concorrentes tem vantagem em relação à nossa empresa.

Sobre a ameaça de novos concorrentes, p conceito da nossa empresa é original e será patenteado quem quiser concorrer diretamente não poderá simplesmente copiar nosso negócio. O uso de contêineres como espaço de trabalho tendo como base o uso de fontes sustentáveis agrega valor a nossa empresa.

Por fim, a **ameaça de novos serviços** sempre existirá, dessa forma para se manter inovadora no mercado, é preciso o investimento em pesquisas de satisfação e análise de tendências do mercado, para se ajustando ao que está sendo requerido.

Assim, como se observa a empresa MOBILE OFFICE tem como a maior vantagem competitiva ser uma empresa inovadora no mercado argentino, o negócio terá como vantagem poder se locomover atendendo os clientes de acordo com sua demanda.



Figura: Protótipo da MOBILE OFFICE
Fonte: Elaboração própria (2022)

O contêiner a ser comprado será advindo de um descarte após o seu uso no transporte de cargos, dessa forma ele será adquirido por um preço baixo e depois será reformado, entre as especificações projeta-se um contêiner de médio porte com 75 metros quadrados que contará com uma sala multimídia com quatro estações de computadores, uma recepção e uma sala de reunião independente.

A MOBILE OFFICE entrará no mercado com um contêiner e se movimentará por 3 diferentes pontos da cidade de Buenos Aires. A proposta também é um local para enviar uma apresentação, fazer um phoneconferência para vendedores que tem a sede da empresa distante dos clientes, evitando a locomoção e caindo em custos. Esse é um ponto importante a fazer as empresas pagarem 3 horas no container, ao invés de deslocarem os funcionários de um local ao outro + custo da hora parada no trânsito + stress.

Com um conceito inovador e tecnológico a MOBILE OFFICE também trabalhará com o conceito de sustentabilidade, que está em alta no mercado atualmente agregando valor para seus clientes.

A missão da empresa será disponibilizar um espaço agradável, moderno e tecnológico para a realização de reuniões.

A visão da empresa será ser conhecida como a melhor opção para reuniões móveis da cidade de Buenos Aires.

Os valores da MOBILE OFFICE serão:

- Ética, honestidade, respeito e transparência total nos relacionamentos, com todos os envolvidos
- Valorização, comprometimento e fidelidade com nossa marca
- Ter credibilidade no mercado
- Excelência e agilidade desde o atendimento, entrega interna e pós venda
- Qualidade nos produtos e serviços
- Responsabilidade Social e ambiental
- Estar sempre disposto a resolver o problema de nossos clientes e parceiros, se possível for
- Liderança
- Equipe experiente
- Pró-atividade

A empresa em questão será constituída com capital próprio. Os cálculos preliminares indicam que o negócio deve ter seu investimento inicial de R\$ 234.420,00.

O slogan será: Espaços de escritórios inteligentes para a sustentabilidade do seu negócio.

Tabela: Análise SWOT

Forças	Fraquezas
Habilidades em inovação Tecnologia Recursos financeiros adequados Formação em Administração/ Gestão Serviço Móvel	Experiência como empreendedora Habilidade no setor Desconfiança sobre a qualidade do espaço e da segurança de informações
Oportunidades	Ameaças
Mudanças de hábitos do mercado Consumidores que gostam de inovação e tecnologia Incentivos a micro e pequenas empresas	Surgimento de novos estabelecimentos com as mesmas características Cenário econômico (manutenção de inflação e juros altos e atividade econômica em baixa)

Fonte: Elaboração própria (2022)

Parte 4- comunicação

Para realizar o registro da marca MOBILE OFFICE, a empresa entrará com o pedido formal no site: www.marcasepatentes.com.br



A MOBILE OFFICE entrará no mercado com um contêiner e se movimentará por 3 diferentes pontos da cidade de Buenos Aires. Esses pontos foram escolhidos, pois se trata de locais onde há muitos empreendimentos e essa região se localiza em uma região estratégica para o atendimento do nosso público-alvo que serão pequenos e médios empresários e vendedores que precisam de locais adequados para a realização de suas reuniões.

PRODUTO

O produto/serviço será o Aluguel de espaço móvel (contêiner) para a realização de reuniões com as mais diversas finalidades.

PONTO DE VENDA

Espaço móvel (contêiner)

PROMOÇÃO

Para promoção a empresa colocará um stand de apresentação em 10 feiras de negócios que ocorrerão na cidade de Buenos Aires.

A MOBILE OFFICE também desenvolverá um site corporativo e uma Fan Page no Facebook.

PREÇO

Os preços a serem cobrados serão estimados pela hora de uso do espaço que ficará fixado no valor de R\$ 2.000,00.

Como a empresa é inovadora no mercado não há concorrentes diretos. Como concorrentes indiretos mencionam-se os locatários de salas comerciais por hora na cidade de Buenos Aires.

O Modelo de Negócios Canvas foi proposto por **Alexander Osterwalder** baseado em seu livro anterior: “*Ontologia para modelos de negócios*”. Ele descreve várias receitas que formam os blocos de construção para as atividades. Ele permite que ambas as empresas novas e existentes se adotem um plano de gestão e marketing operacional direcionado, bem como estratégico.

Proposta de Valor: A MOBILE OFFICE entrará no mercado com um contêiner e se movimentará por 3 diferentes pontos da cidade de Buenos Aires. Esses pontos foram escolhidos, pois se trata de locais onde há muitos empreendimentos e essa região se localiza em uma região estratégica para o atendimento do nosso público-alvo que serão pequenos e médios empresários e vendedores que precisam de locais adequados para a realização de suas reuniões. A proposta também é um local para enviar uma apresentação, fazer um phoneconferência para vendedores que tem a sede da empresa distante dos clientes, evitando a locomoção e caindo em custos. Esse é um ponto importante a fazer as empresas pagarem 3 horas no container, ao invés de deslocarem os funcionários de um local ao outro+ custo da hora parada no trânsito + stress.

Segmentos de Clientes/Fornecedores: A empresa atenderá a vendedores, pequenos e médios empresários, é notório que manter um escritório físico com todas as taxas incluindo luz, água, condomínio e IPTU pode se tornar inviável para vendedores, pequenos e médios empresários, observando essa lacuna no mercado a MOBILE OFFICE desenvolverá espaços de escritórios em contêineres com a intenção de oferecer uma opção para que os interessados os aluguem por um período pré-determinado para as realizações pontuais de reuniões in loco por vídeo/teleconferência, disponibilizando um ambiente agradável, moderno que contará com os equipamentos com as mais altas tecnologias disponíveis no mercado.

Nossos clientes podem ser da cidade de Buenos Aires ou grande Buenos Aires, ou de empresários e vendedores de outros estados que necessitem de espaço de escritório para reuniões pontuais. Os fornecedores são os que nos fornecerão materiais de escritório, limpeza e tecnologia.

Atividades-chave: A atividade-chave são contêineres que serão alugados para atendimento de executivos e vendedores que precisam de uma sala de negócios temporária para reuniões e videoconferências.

Recursos-chave: Para que possamos desenvolver nossas atividades alguns recursos são necessários, tais como:

Contêiner

Equipamentos de escritório

Sinal via satélite

Oferta de Valor: O contêiner a ser comprado será advindo de um descarte após o seu uso no transporte de cargos, dessa forma ele será adquirido por um preço baixo e depois será reformado, entre as especificações projeta-se um contêiner de médio porte com 75 metros quadrados que contará com uma sala multimídia com quatro estações de computadores, uma recepção e uma sala de reunião independente. Com um conceito inovador e tecnológico a MOBILE OFFICE também trabalhará com o conceito de sustentabilidade, que está em alta no mercado atualmente agregando valor para seus clientes

Relacionamento: Será criada uma estratégia de serviço que irá facilitar a satisfação e fidelização dos clientes. Mais do que tudo, a estratégia de serviço deve indicar o valor único fornecido pelas ofertas da empresa. Uma vez que os segmentos de clientes foram classificados por seu valor, a empresa deve se concentrar em ir adaptando a prestação de serviços para atender às suas expectativas. Esse relacionamento será realizado utilizando os seguintes canais:

Site / E-mail

Escritório

Contato telefônico

Redes Sociais

➤ **Canais**

Anúncio de jornal

Sites (anúncios)

Site próprio / rede social

Segmentos de Clientes: A empresa atenderá a vendedores, pequenos e médios empresários.

Estrutura de custos

Aquisição de contêiner

Aquisição de material

Aquisição / Aluguel de máquinas e equipamentos

Custo de mão-de-obra

Custo de licença/legalização/projeto

Propaganda

➤ **Fontes de receita**

Aluguel do contêiner

CRONOGRAMA

Cronograma de Atividades	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Total CH
Orientação do Projeto Integrador	6 h				6 h
Pesquisa de Empresas	6 h				6 h
Abordagem em Empresa	4 h				4 h
Coleta de Dados e Informações		5 h			5 h
Análise de Dados e Informações		6 h			6 h
Consolidação dos Resultados		5 h			5 h
Apresentação Escrita da Pesquisa			15 h		7 h
Apresentação Gráfica da Pesquisa			6 h		6 h
Conclusões			1 h		1 h
Formatação do Trabalho				3 h	3 h
Preparação para Entrega				2 h	2 h
Preenchimento da Ficha de Identificação				1 h	1 h
Entrega do Projeto Integrador				X	-
Total de Horas Destinadas ao Projeto	16 h	16 h	22 h	6 h	60h

CONCLUSÃO

Como observado nesse estudo, temos grandes possibilidades de ter um ótimo crescimento no mercado, pois esse é um serviço inovador na cidade de Buenos Aires.

O destaque para a gestão dá-se ao fato de uma competitividade cada vez mais acirrada em todos os mercados e a busca dos clientes por qualidade no atendimento, novas formas e prazos de pagamento e entrega o que faz as empresas constantemente investir em novos métodos, processos, pesquisas e tecnologias para que não sejam sugadas pelo avanço notado diariamente. Porém, avaliar a qualidade desses investimentos pode garantir um passo à frente no mercado e ter destaque e preferência do seu cliente final.

Nesse trabalho, podemos observar a importância dos cuidados que se deve ter ao realizar qualquer investimento. Acima disso, conhecer as ferramentas adequadas e as formas de aplicá-las para que haja segurança nas tomadas de decisão, que podem definir o rumo que a empresa tomará a partir das ações tomadas com base nos instrumentos financeiros utilizados. Para se tomar uma decisão de grande investimento, os aspectos mercadológicos e de necessidade do cliente, também são peças fundamentais para que efetivamente um projeto de investimento esteja embasado em fundamentos reais e que possam ser praticados. Um plano financeiro é válido, somente se ele tiver como base as premissas ou os motivos pelo qual ele está sendo desenvolvido. Um ponto importante a ser levado em consideração é o tempo: tempo de produção do projeto, bem como tempo do lançamento aliado as condições de mercado e necessidades ou desejo dos clientes finais, para que o produto ou serviço não seja lançado de forma obsoleta, ou haja vazamento nas informações confidenciais do projeto e cheguem às mãos de um concorrente. Vale observar que o plano financeiro é uma das últimas etapas que são desenvolvidas em um *business plan*, nele são contidas as demais informações levantadas em outras etapas no planejamento, como: contratação de pessoal, compra de máquinas, equipamentos, custos fixos, despesas administrativas, etc.

Entender o que o mercado precisa ou deseja é de extrema importância, pois assim é possível determinar as variáveis dos recursos necessários e assim, otimizar os recursos despendidos para sua realização, para que o produto ou serviço se materialize de forma perceptível ao cliente e de forma financeira para os acionistas, sendo sustentável e rentável. Portanto, o plano financeiro deve estar focado naquilo que realmente importa e agrega valor para a companhia e seus *stakeholders*.

Nenhum investimento pode ou deve ser realizado sem que o retorno esperado seja ao menos previsto dentro de um plano financeiro, claro que há fatores externos não controláveis, como catástrofes ambientais e demais possibilidades, porém é importante esclarecer que o retorno financeiro é primordial para tangibilizar qualquer investimento.

Finalmente, podemos concluir que o plano de negócio está embasado em fundamentos reais de mercado aliado á mais refinada análise de investimento e retorno, sendo mais importante, de forma positiva, demonstrando que o projeto é promissor e seu retorno atrativo do ponto de vista financeiro.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, A. LIMA, F. G. **Curso de administração financeira**. São Paulo: Atlas, 2016.

BEUREN, I. M. O papel da Controladoria no processo de gestão. In: SCHMIDT, P. (Org.) **Controladoria: agregando valor para a empresa**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

BRUNI, A. L.; GOMES, S.M.S. **Controladoria: conceitos, ferramentas e desafios** Salvador: Edufba, 2010.

CAMELO, S. B. **Associações entre estratégia competitiva e desempenho: um panorama de grandes empresas no Brasil**. Rio de Janeiro: 2007.

CATELLI, A. **Controladoria: uma abordagem da Gestão Econômica – GECON**. São Paulo: Atlas, 2011.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Auditoria Contábil: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2014.

DINIZ, Natália. **Análise das Demonstrações Financeiras**. Rio de Janeiro, SESES, 2015.

DAMODARAN, A. **Damodaran on Valuation: Security Analysis for Investment and Corporate Finance**, Wiley Finance Series. 2006.

DAMODARAN, Aswath. **Finanças Corporativas Aplicadas: manual do usuário**. Porto Alegre: Editora Bookman, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GITMAN L. J. **Princípios de Administração Financeira**. São Paulo: Editora Prentice Hall, 2014.

HILL, T; WESTBROOK, R. **Análise SWOT: é hora para um recall de produto de Terry Hill e Roy Westbrook**. 2010.

KAPP, Michael, "Best Face Forward," **Latin Trade**, June 2015, pp. 25.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise Financeira de Balanços**. São Paulo: Editora Atlas, 2013.

MP PRESS GLOBAL. **Especialista do setor imobiliário aponta quais são os imóveis mais caros de São Paulo**. Disponível em> https://www.em.com.br/app/noticia/economia/mf-press/2019/05/02/mf_press_economia_economia,1050681/especialista-do-setor-imobiliario-aponta-quais-sao-os-imoveis-mais-car.shtml

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PADOVEZE, Cláudio Luís; BENEDICTO, Gideon Carvalho. **Análise das Demonstrações Financeiras**. São Paulo: Editora Thomson Heinie, 2007

PENMAN, S. **Financial Statement Analysis and Security Valuation**, McGrawHill. 2012.

PEREIRA, D. L. et al. **A controladoria e sua relação com o planejamento estratégico: o caso de uma multinacional no interior do Paraná**. Revista Eletrônica Fafit/Facic, Itararé, SP, v. 2, n. 2, p. 11-21, 2011.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro: Campus, 2017.

SILVEIRA, Alexandre D. M. **Governança corporativa, desempenho e valor da empresa no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Departamento de Administração da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

WIKPEDIA. https://pt.wikipedia.org/wiki/Argentina#Composi%C3%A7%C3%A3o_%C3%A9tnica

