

#### 4.1.5 Refugiados e Imigrantes – A criação de um projeto de negócio social para inclusão

**D. S. Miranda** - danielymiranda98@outlook.com.br – Aluna Administração de Empresas na Universidade de Santo Amaro – UNISA

**J. A. Neris** - jefersonoliveira1894@gmail.com - – Aluno Administração de Empresas na Universidade de Santo Amaro - UNISA

**I. F.O. Raya** - igorraya74@gmail.com - – Aluno Administração de Empresas na Universidade de Santo Amaro - UNISA

**J. F. Rodrigues** - joel.fayal@gmail.com - – Aluno Administração de Empresas na Universidade de Santo Amaro - UNISA

**M. Sinno** - m.sinno.sy@gmail.com - Aluno Administração de Empresas na Universidade de Santo Amaro - UNISA

**R.A.S. Alvarenga** – rosileneandrea@gmail.com – Docente Orientadora Cursos de Administração na Universidade de Santo Amaro – UNISA

#### **COMO CITAR O ARTIGO:**

MIRANDA, D.S.; NERIS, J.A.; RAYA, I.F.O.; RODRIGUES, J.F.; SINNO, M e ALVARENGA, R.A.S. **Refugiados e imigrantes – a criação de um projeto de negócio social para inclusão**. URL: [www.italo.com.br/portal/cepep/revista\\_eletronica.html](http://www.italo.com.br/portal/cepep/revista_eletronica.html). São Paulo SP, v.10, n.2, p. 172-189, abr /2020.

## RESUMO

O presente projeto tem o objetivo de explicar a elaboração de um serviço social, por meio de um aplicativo desenvolvido para auxiliar na inclusão de Estrangeiros e Refugiados na cidade de São Paulo. Através de conteúdos didáticos é disponibilizado aos usuários do aplicativo formas de regularização legal na cidade, apresenta a localização de grupos que partilham da mesma cultura e oferece o serviço de assessoria jurídica. O método utilizado para alimentar o aplicativo é o aproveitamento de dados e procedimentos verídicos baseados em pesquisas de mercado, com as ONGs, com a prefeitura, com pessoas que tiveram experiências de imigração, dentre outras. A principal fonte de receita se dá por intermédio do serviço de assessoria jurídica e propagandas situadas dentro do aplicativo.

**Palavras-chave:** Estrangeiros. Imigrantes. Inclusão social. Refugiados.

## INTRODUÇÃO

O projeto idealizado é de um aplicativo que tem como objetivo principal auxiliar na inclusão social de imigrantes e refugiados. A ferramenta possuirá dados que informam como os novos integrantes no país retiram documentos legalmente, locais e pessoas próximas que se familiarizam com sua cultura, instituições que apoiam a diversidade e ONGs e parcerias que dão assistência material e moral.

É notável tamanha dificuldade que imigrantes encontram ao chegar na cidade de São Paulo, na busca por se adaptar ao ambiente e as leis. Pensando nas pessoas que se encontram neste cenário, o aplicativo serve como apoio para esses cidadãos, oferecendo informações confiáveis.

Apresenta-se a seguir as ferramentas estratégicas utilizadas para a formação do conteúdo deste projeto, partindo de um Modelo de Negócios, CANVAS. O objetivo deste conteúdo é mostrar às pessoas estratégias originais, metodologias e conceitos utilizados por iniciantes no mercado de empreendedorismo, na implantação de um serviço, em um formato sustentável e inovador, na cidade de São Paulo. A estrutura deste projeto foi desenvolvida através de pesquisas bibliográficas em livros e sites descritos na bibliografia.

## **1 - DESENVOLVIMENTO DO PROJETO**

O projeto relata estratégias de marketing utilizadas para a implantação de um aplicativo que ampara Imigrantes e Refugiados na busca por inclusão social na cidade de São Paulo.

### **Modelo de Negócio**

Visando atender a demanda do mercado de imigrantes que chegam à cidade de São Paulo com dúvidas, é desenvolvido um aplicativo que ajudará na obtenção de informações relevantes para a regularização da situação legal em favor de sua permanência na cidade, possuindo também a ferramenta referências de locais onde o estrangeiro ou

refugiado possa se sentir familiarizado com o ambiente em relação à sua cultura.

Segundo KOTLER, (1995, p. 25) “O mercado consiste em todos os consumidores potenciais que compartilham de uma necessidade ou desejo específico, dispostos e habilitados para fazer uma troca que satisfaça essa necessidade ou desejo.” Por isso se faz imprescindível averiguar as necessidades que os imigrantes possuem, pois é exatamente neste conceito que os materiais contidos no aplicativo se baseiam, busca-se ajudar aqueles que vêm de outros países à cidade de São Paulo com informações e o serviço de assessoria jurídica.

### **Modelo de Negócio CANVAS**

A ferramenta é um modelo de negócios, um método de planejamento estratégico, que maximiza as possibilidades de êxito de um negócio de sucesso.

Para que uma empresa possa atingir os seus objetivos, previamente há a necessidade da elaboração de um planejamento estratégico detalhado do modelo de negócios. Osterwalder e Pigneur (2010, p. 14) esclarecem: "Um Modelo de Negócios descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização."

Partindo de um processo visual que permite idealizar todas as técnicas e interações de um negócio, é possível compreender e identificar uma combinação de nove pontos chave para qualquer negócio seja este inovador, ou já estabelecido. São nove blocos que constituem a infraestrutura, a oferta, os clientes e as finanças da empresa: proposta de valor, segmento de clientes, canais,

relacionamento com clientes, atividade-chave, recursos principais, parcerias principais, fontes de receita e estrutura de custos.

Para Osterwalder e Pigneur (2010, pág. 42) "Os nove componentes de um Modelo de Negócios formam a base para uma ferramenta útil, chamada Quadro de Modelo de Negócios."

Através da análise e interação destes nove pontos relevantes é possível compreender fatores importantes para o negócio, de forma clara e objetiva, dando ênfase ao que realmente é essencial no processo, tornando a empresa e seu produto ou serviço sustentável e viável ao longo do tempo.

O modelo de negócios Canvas é uma excelente ferramenta para que se obtenha uma visão holística na modelagem e criação de um negócio. Estruturar um modelo como o Canvas, dá oportunidade ao empreendedor de trabalhar com cenários e variáveis que permitem realizar considerações e ensaios, trazendo perspectivas valiosas, que, sem a utilização destes, somente seriam possíveis, após a implantação, o que poderia causar prejuízos incalculáveis. Muito além do planejamento estratégico, o Canvas permite a aproximação da realidade empresarial, promovendo assim, uma preparação do empreendedor para que alcance do tão almejado sucesso.

### **Proposta de valor**

É muito importante para o sucesso das vendas que a empresa defina muito bem a sua proposta de valor, ou seja, o que o seu produto ou serviço irá proporcionar àqueles que aderirem ao seu uso ou consumo.

A respeito disso Kotler e Keller (2012) explanam:

A empresa também deve decidir como atenderá a seus clientes-alvo - como se diferenciará e se posicionará no mercado. A proposta de valor de uma marca é o conjunto de benefícios ou valores que ela promete entregar aos clientes para satisfazer suas necessidades. O *Facebook* ajuda você a "se conectar e compartilhar o que quiser com quem é importante em sua vida", ao passo que o *YouTube* "oferece um local para as pessoas se conectarem, se informarem e inspirarem outras ao redor do mundo".

## **Segmentação de clientes**

A segmentação de clientes significa principalmente entender as qualidades e comportamentos únicos, o que pode configurar uma ideia de marketing para ser efetivamente implementada. Este processo também ajuda usar o marketing de valores com sabedoria através do uso exclusivo dos meios que a empresa pode alcançar os clientes.

A segmentação de clientes contribui para a determinação de objetivos claros de marketing, onde esses objetivos ajudam a estabelecer os planos adequados para alcançar os resultados desejados, bem como alcançar a melhor posição competitiva como os fornecedores de produtos com características competitivas claras, em comparação com outros concorrentes no segmento de clientes-alvo, a segmentação de clientes oferece suporte e aprimora as instalações, a fim de fornecer aos consumidores as melhores maneiras e meios em comparação com os concorrentes, e participar da construção do mix de marketing, para aplicá-lo e implementá-lo de maneira eficiente.

## **Canais de distribuição**

São os meios utilizados pela organização para fazer com que seu produto chegue ao consumidor final, seja de forma direta, no qual o

produto é disponibilizado onde é gerado, ou de forma indireta, através de intermediários, representantes comerciais, fornecedores, internet, etc. Cobra (2009, p. 15) especifica a importância de se ter bem definido os canais de distribuição.

É preciso quantificar o número de pontos-de-venda existentes e a sua eficácia como um canal de escoamento, contabilizando a venda de produtos e também avaliando a eficácia da logística ou distribuição física que incluem o transporte e o armazenamento de produtos.

A distribuição do produto é um papel importante, já que o mesmo impacta também nos custos da empresa, por isso quantificar o número e as formas de distribuição é necessário para averiguar as vantagens, assim como analisar se é distribuído corretamente, se realmente está chegando ao consumidor final no talento em que foi gerado.

## **Relacionamento com clientes**

Muitas organizações perceberam com o decorrer do crescimento do mercado o quão importante são os gostos e a opinião de um cliente. Lucinda (2010, p. 19 e 20), explica que:

O cliente não quer apenas um “bom produto”. Ele quer uma boa experiência. Uma boa experiência significa um atendimento de excelência. Significa transformar os momentos que o cliente passa na loja em momentos inesquecíveis. Significa encantar o cliente para que ele volte a nossa organização e faça uma propaganda positiva dela para outras pessoas. Quando encantamos o cliente, o transformamos em parceiro, num vendedor de nossos produtos aos seus amigos e parentes.

Hoje em dia muitas pessoas permanecem comprando em um determinado estabelecimento pela forma em que é acolhido no ambiente, e em como a empresa demonstra que ele é importante ao usar estratégias para fidelizar.

### **Atividades-chave**

Está relacionada à proposta de valor, onde a empresa trabalha em busca de alcance no mercado, também está relacionada aos campos de relacionamento a fim de conquistar novos clientes, a forma de segmentação de seu público-alvo.

O componente Atividades-Chave descreve as ações mais importantes que uma empresa deve realizar para fazer seu Modelo de Negócios funcionar. Todo Modelo de Negócios pede por um número de Atividades-Chave. São as ações mais importantes que uma empresa deve executar para operar com sucesso. OSTERWALDER e PIGNEUR (2011).

A atividade-chave do presente projeto é o desenvolvimento de um software onde tem como objetivo armazenar e transmitir dados de forma a ajudar os clientes na obtenção de informação necessárias para a regularização na cidade de São Paulo, e também remover as dificuldades que surgem no processo de regularização e nas transmissões dos estrangeiros no qual a atividade chave é de extrema importância para se obter um bom relacionamento com clientes e o alcance de objetivos.

### **Recursos-chave**

São os itens necessários para oferecer um produto ou serviço de boa qualidade nem tanto e esses recursos podem ser divididos em várias categorias como, por exemplo, físicos, intelectuais, humanos ou

Unifalop em Pesquisa, São Paulo SP, v.10, n.2 abr/2020



até mesmo financeiros. Assim como elucida Kotler, Hayes e Bloom (2002, p. 150)

Os principais recursos a serem levados em conta são pessoas, dinheiro, instalações, sistemas e ativos de mercado. A gerência deve indicar se a sua posição sobre cada recurso constitui um ponto forte (baixo, médio ou alto), um ponto neutro ou um ponto fraco (baixo, médio ou alto).

Como exposto, os recursos-chave podem ser divididos em várias categorias, sendo que o aplicativo é atualizado diariamente de forma a dar suporte de qualidade e a administração e manutenção do aplicativo vêm se estruturando a cada dia, sempre buscando desenvolver novas plataformas digitais, alimentando o banco de dados para dar suporte ao usuário através da rede de Internet.

### **Rede de parceiros**

Além de criar relacionamento com os clientes, é importante criar um vínculo com fornecedores e parceiros, pois os dois lados saem ganhando já que ambos de certa forma são divulgados no mundo, um pelo outro, e acabam atraindo mais clientes.

Conforme citam Kotler e Armstrong (2003) “Em busca por criação de valor para o cliente a empresa precisa ir além de sua cadeia de valor interna e alcançar as cadeias de valor de seus fornecedores, distribuidores, e por fim de seus clientes. ”

A organização precisa manter uma ligação com o comércio, quanto mais atrair para si mais ela será apoiada e há maiores chances de sucesso.

## **Fontes de receita**

Diz respeito ao valor a qual o cliente está disposto a pagar e de que forma isso acontece, discutindo o valor máximo e mínimo que o público-alvo dispõe a pagar. No *Canvas Model* há dois tipos de Fontes de Receitas, sendo elas: Transação de renda, resultando pagamentos únicos. Renda recorrente, resultando pagamentos constantes, (se obtém um relacionamento com seus clientes).

Conforme Osterwalder e Pigneur (2011, p. 28) esse fluxo é todo dinheiro gerado pelos segmentos de clientes, então pode-se perceber que a forma para gerar a receita deve também ser estudada de acordo com o cliente, o relacionamento e o produto ou serviço.

## **Estrutura de custos**

A Estrutura de Custos busca todos os recursos para que a empresa funcione. Existem investimentos e gastos por parte da organização com relação ao seu produto ou serviço, sendo eles custos fixos e variáveis.

Conforme Osterwalder e Pigneur (2011, p. 41), esta etapa sugere as perguntas: “Quais são os custos mais importantes em nosso Modelo de Negócios? Que recursos principais são mais caros? Quais Atividades-Chaves são mais caras?”

É preciso definir bem o investimento na realização de um projeto, para poder calcular o retorno e não sofrer com possíveis mudanças do mercado. Ao formular essa fase é preciso analisar duas definições: a estrutura de custos que centraliza na diminuição máxima possível dos custos e as que são direcionadas ao investimento em criar valor para o produto ou serviço.

## **2 - PLANO ESTRATÉGICO**

Para desenvolver o referido aplicativo, além da ferramenta CANVAS, foi utilizada a análise SWOT, que possibilita fazer um diagnóstico estratégico da empresa, prevendo possíveis riscos e vantagens em relação a uma implantação ou mudança necessárias na organização.

### **Oportunidades**

Partindo da necessidade de definir as oportunidades encontradas em um mercado comercial competitivo busca-se prever os cenários que envolverão o futuro da organização e quais serão as probabilidades de sucesso.

Kotler e Keller (2006, p. 50) explicam da seguinte forma a importância de definir as possíveis oportunidades encontradas no ambiente externo de uma empresa:

Um objetivo importante da avaliação ambiental é o reconhecimento de novas oportunidades. Sob muitos aspectos, um bom marketing é a arte de encontrar, desenvolver e lucrar a partir de oportunidades. Uma oportunidade de marketing existe quando a empresa pode lucrar ao atender às necessidades dos consumidores de determinado segmento.

Abaixo, as principais oportunidades identificadas pelo projeto:

- Crescimento da migração de pessoas de outros países para o Brasil: População de migrantes no Brasil aumentou 20% no período de 2010 a 2015. ONU (2017)

Empresas tendem a se tornar cada vez mais sustentáveis e a parceria com o aplicativo fará com que as organizações sejam mais bem vistas pelos seus clientes.

- Globalização: Cada vez mais a Internet tem integrado os países e aproximado as nações existentes no mundo.

- Mercado de aplicativos em crescimento: O Brasil é o segundo mercado de aplicativos que mais cresce no mundo. (Canal Tech, 2019).

## **Ameaças**

A análise SWOT ajuda a identificar todos os elementos de força que podem ser usados para lidar com ameaças e obstáculos, fornece meios apropriados para aproveitar as oportunidades e reduz o controle resultante de fraquezas que afetam a eficiência dos negócios. Também contribui para o fornecimento de soluções apropriadas para situações estratégicas caracterizadas pela complexidade, reduzindo o volume de informações para contribuir para o desenvolvimento da tomada de decisão.

Uma unidade de negócios tem de monitorar importantes forças macroambientais (econômicas, demográficas, tecnológicas, político-legas e socioculturais) significativos agentes microambientais (clientes, concorrentes, distribuidores, fornecedores) que afetam sua maneira de obter lucros. Ela deve estabelecer um sistema de inteligência de marketing para acompanhar tendências e mudanças importantes. Já a administração precisa identificar as oportunidades e as ameaças associadas a cada tendência. (KELLER e KOTLER. 2012, p. 50)

As ameaças também representam todas as circunstâncias de fontes externas que afetam negativamente a eficiência e a qualidade do

trabalho dentro de uma empresa, esses são elementos que formam efeitos fora da instalação ou projeto, que levam a uma ameaça clara, resultando em uma interrupção no ambiente de trabalho da instalação ou projeto.

## **Forças**

Significa os pontos fortes da empresa. São controláveis, e a faz se destacar no mercado e entre seus concorrentes.

Na concepção de Oliveira (2007, p. 37) "Ponto forte é a diferenciação conseguida pela empresa- variável controlável- que lhe proporciona uma vantagem competitiva operacional no ambiente empresarial". É uma variável positiva para a organização, podendo influenciar no ambiente externo, como qualidade, produção, o nível da gestão, entre outros fatores internos. É o potencial da organização.

Diante deste conceito, as forças que a empresa possui são:

- Inclusão social: Acolhimento dos estrangeiros e refugiados. Isso faz a empresa cumprir com a responsabilidade social.
- Acessibilidade do aplicativo: Serviço gratuito e disponível em todas as plataformas.
- Tecnologia: Utilização de software de busca avançado.
- Diferenciação: Novo no mercado.

## **Fraquezas**

Ao fazer uma análise SWOT percebe-se que os pontos fracos são quaisquer recursos que podem causar desvantagens da empresa em relação aos seus concorrentes pelo seu estado financeiro ou até mesmo

pelo posicionamento no mercado, sendo que esses pontos negativos de certa forma podem interferir ou prejudicar o negócio.

É evidente que o negócio não precisa corrigir todas as suas fraquezas, nem deve ser vangloriar de todas as suas forças. A grande pergunta é se o negócio deve se limitar as oportunidades, para as quais dispõe dos recursos necessários ou se deve examinar melhores oportunidades, para as quais podem precisar adquirir ou desenvolver maiores forças. (KELLER e KOTLER. 2012, p. 51)

Como foi explanado anteriormente, percebe-se que o otimismo em excesso dos empreendedores de certa forma impedem que os mesmos reflitam sobre os pontos fracos de forma a se acomodar achando que tudo está correto e sobre controle, esquecendo que até as maiores empresas possuem pontos fracos. No entanto, quando o empreendedor passa a se esforçar para a identificação dos pontos fracos, ele tende a melhorar e transformar os pontos fracos em pontos fortes tornando assim a empresa como uma proporção maior de valor, de forma a se diferenciar no mercado.

As fraquezas se resumem em:

- Dificuldade para obtenção de dados: Inicialmente a objeção em confirmar a autenticidade das informações.
- Obtenção do reconhecimento do público: Devido a implantação no mercado o aplicativo levará um tempo para ser conhecido.

#### **4 - ANÁLISE SWOT**

É muito importante a empresa conhecer o ambiente interno e externo de onde está localizada para prevenir possíveis riscos.

Baseado na utilização da estratégia competitiva de diferenciação, abaixo está a análise SWOT da empresa.

<p style="text-align: center;">Ambiente Interno</p>	<p style="text-align: center;"><b>Forças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclusão social: Acolhimento dos estrangeiros e refugiados. Isso faz a empresa cumprir com a responsabilidade social.</li> <li>• Acessibilidade do aplicativo: Serviço gratuito e disponível em todas as plataformas.</li> <li>• Tecnologia: Utilização de software de busca avançado.</li> <li>• Diferenciação: Novo no mercado.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Fraquezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificuldade para obtenção de dados: Inicialmente a objeção em confirmar a autenticidade das informações.</li> <li>• Obtenção do reconhecimento do público: Devido implantação no mercado o aplicativo levará um tempo para ser conhecido.</li> </ul>
<p style="text-align: center;">Ambiente Externo</p>	<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescimento da migração de pessoas de outros países para o Brasil: População de migrantes no Brasil aumentou 20% no período de 2010 a 2015.</li> <li>• Interesse das empresas por responsabilidade social: Mercado exige que as empresas se tornem cada vez mais sustentáveis e a parceria com nosso aplicativo fará com que as organizações sejam mais bem vistas.</li> <li>• Globalização: Cada vez mais a internet tem integrado os países e aproximado as nações existentes pelo mundo.</li> <li>• Mercado de aplicativos em crescimento: De acordo com canaltech através de pesquisas, Brasil é o segundo mercado de apps que mais cresce no mundo.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Ameaças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sites de busca: A internet oferece diversos sites de busca rápida.</li> <li>• Posicionamento político: Diante de um novo governo existe mudanças que ameaçam a chegada de imigrantes no país.</li> <li>• Surgimento de concorrência: O aplicativo é uma ideia nova, a qual pode ser copiada.</li> </ul>

Fonte: Os autores (2019).

## CONCLUSÃO

O projeto atingiu grande satisfação final, já que é notável os detalhes que um empreendedor precisa avaliar ao iniciar um novo produto ou serviço no mercado, ou ao fazer uma mudança na

organização. É de grande aprendizado as técnicas contidas no projeto, como a ferramenta Canvas e análise SWOT, que deixam claro o quão importante é planejar antes de executar, minimizando os riscos de o negócio dar errado. Essas estratégias são as utilizadas pela empresa com o objetivo de visualizar em longo prazo qual o tempo médio de estabilidade no mercado e o retorno financeiro, o que acaba por auxiliar também na construção da empresa e no pensamento de cada detalhe para se alcançar o tão almejado sucesso.

O objetivo principal da criação desse serviço inovador através do aplicativo é a inclusão social de imigrantes e refugiados, amparando os mesmos em questões de dúvidas com relação a como se regularizar legalmente na cidade de São Paulo. Está disponível no aplicativo a assistência jurídica, onde é possível entrar em contato com advogados, e também dicas de lugares na cidade com culturas semelhantes ao do imigrante. E para que a empresa tenha sucesso, as estratégias são fundamentais, visto que, para um projeto, que não sabe por onde começar no mercado, o modelo de negócios Canvas, bem como a análise SWOT, acabam por mostrar o 'caminho das pedras'.

A importância do projeto está na capacidade de ajudar os recém-chegados a São Paulo, esclarecer maneiras e meios de formar uma nova vida com objetivos integrados e fornecer serviços e oportunidades apropriadas para cada área da vida. Só se pode desenvolver esses serviços, a um nível mais alto, usando a inteligência industrial e instalações de pesquisa científica para obter a mais alta qualidade de aplicação e torná-la mais eficaz e produtiva.

Com a elaboração do artigo, passa-se a ter um novo entendimento sobre o que é o plano estratégico de um negócio e qual a importância dele, pois a falta de planejamento traz consequências que podem



desestruturar a empresa ou até mesmo levar a falência. Através de estudos e fontes de pesquisas citadas na bibliografia, foram obtidos os dados para a criação do projeto e foi adquirido recursos para o desenvolvimento do mesmo.

Percebe-se também o quão importante é o trabalho em conjunto, pois a equipe passa a ter uma visão mais holística. O resultado obtido, além do conhecimento, é pensar com precaução antes de lançar um serviço ao mercado, sendo desta forma, de grande relevância o conteúdo do presente artigo.

## **REFERÊNCIAS**

ALVARENGA, Rosilene Andréa S., RAYA, Igor F., RODRIGUES, Joel F., SINNO, Mohammed. Canvas: ferramenta de aproximação da realidade empresarial para o alcance do sucesso. Universidade Santo Amaro. São Paulo. 2019.

CANAL TECH. Brasil é o segundo mercado de apps que mais cresce no mundo, Wagner Wakka. 16 mai. 2019. Disponível em <<https://canaltech.com.br/amp/apps/brasil-e-o-segundo-mercado-de-apps-que-mais-cresce-no-mundo-139241>>. Acesso em 12 out. 2019.

COBRA, Marcos. Administração de Marketing no Brasil. 3.ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2009.

KOTLER, Philip. ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING.4. Ed. 1997.

KOTLER, Philip. ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING, 4. Ed. 1995.

KOTLER, Philip. KELLER, Kevin. Administração de marketing. 12 ed. São Paulo, Person Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip e KELLER, Kevin. ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING, São Paulo. Pearson Education do Brasil. 14. Ed. 2012.

KOTLER, Philip. Marketing de A a Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary, Princípios de marketing. 9 ed. São Paulo: LTC, 2003.

KOTLER, Philip, HAYES, Tomas e Bloom Paul. Marketing de serviços profissionais, 2ª edição, São Paulo, 2002.

LUCINDA, Marco Antônio. Qualidade Fundamentos e Práticas. Rio de Janeiro. Brasport, 2010.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de, Planejamento estratégico : conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2007.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business Model Generation. Editora Alta Books. 2010.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Geração de modelo de negócios: um manual para visionários, cambistas de jogos e desafiadores. Alta Books. Rio de Janeiro. 2011.

POPULAÇÃO DE MIGRANTES NO BRASIL AUMENTOU 20% NO PERÍODO 2010-2015, REVELA AGÊNCIA DA ONU. Disponível em <<https://nacoesunidas.org/populacao-de-migrantes-no-brasil-aumentou-20-no-periodo-2010-2015-revela-agencia-da-onu/>> Acesso em 20 out. 2019.