

# Despachante



# EXPEDIENTE

## **Presidente do Conselho Deliberativo**

José Zeferino Pedrozo

## **Diretor Presidente**

Décio Lima

## **Diretor Técnico**

Bruno Quick

## **Diretor de Administração e Finanças**

Margarete Coelho

## **Gerente**

Eduardo Curado Matta

## **Gerente-Adjunta**

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

## **Gestor Nacional**

Luciana Macedo de Almeida

## **Autor**

Sebrae

## **Coordenação do Projeto Gráfico**

Renata Aspin

## **Projeto Gráfico**

Nikolas Furquim Zalewski

# ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	1
Localização.....	2
Exigências Legais e Específicas.....	2
Estrutura.....	3
Pessoal.....	4
Equipamentos.....	5
Matéria Prima/Mercadoria.....	5
Organização do Processo Produtivo.....	6
Automação.....	7
Canais de Distribuição.....	7
Investimentos.....	8
Capital de Giro.....	8
Custos.....	9
Diversificação/Agregação de Valor.....	10
Divulgação.....	10
Informações Fiscais e Tributárias.....	11
Eventos.....	12
Entidades em Geral.....	13
Normas Técnicas.....	14
Glossário.....	15
Dicas de Negócio.....	19
Características Específicas do Empreendedor.....	20
Bibliografia Complementar.....	20

## 1. Apresentação de Negócio

O Brasil sempre foi caracterizado como um país com excesso de burocracia. Cópias, registros, filas, autenticações e formulários representam atividades administrativas que consomem tempo e recursos do setor produtivo. O erro ou o atraso no cumprimento destas tarefas podem ocasionar multas, juros ou até mesmo cassações de licenças. Diante deste cenário burocrático, surgem as oportunidades de negócio para o segmento de despachantes. Este profissional faz a ponte entre as pessoas físicas e jurídicas e os órgãos públicos. A maioria dos despachantes é especializado no setor automotivo e náutico, atuando junto aos órgãos de trânsito e marinha. Mas existem também os despachantes aduaneiros, imobiliários, contábeis, empresariais, e ainda existem aqueles que desenrolam qualquer assunto do dia a dia que lhe tome tempo.

Um serviço de despachante é definido como agentes comerciais especializados em atuar para o desembaraço de negócios, fretes, documentos, registros, licenças, autorizações, recursos, cargas e mercadorias. Este profissional faz a ponte no relacionamento entre as pessoas físicas e jurídicas e os órgãos públicos. O principal benefício oferecido aos clientes pelos despachantes é a comodidade de obter documentos e registros sem sair de casa ou trabalho e sem perder tempo com filas e senhas. Tais profissionais também conhecem as melhores vias e os principais procedimentos neste labirinto de repartições públicas e guichês.

## 2. Mercado

Neste mercado, a oferta desses serviços deve se organizar de forma diferente das usuais, uma vez que existem iniciativas do governo federal, como o governo eletrônico, e de alguns órgãos estaduais e municipais para desburocratizar o acesso da população aos serviços públicos via internet.

A utilização de tecnologias da informação e comunicação na internet que dinamizam a prestação dos serviços públicos, muitas vezes, dispensando a atuação dos despachantes, deve ser usada a seu favor, provendo serviços mais rápidos e eficientes aos seus clientes.

O empreendedor que quiser investir neste setor deve ficar atento à concorrência direta de bancos e concessionárias de veículos, que oferecem gratuitamente o licenciamento de veículos para os clientes. Outros concorrentes são os contadores autônomos e escritórios de contabilidade, que atuam na prestação de serviços a pessoas jurídicas junto aos órgãos de registro e arrecadação do governo. Devido ao risco intrínseco ao negócio, recomenda-se a realização de ações de pesquisa de mercado para avaliar a demanda e a concorrência. Seguem algumas sugestões:

- Pesquisa em fontes como prefeitura, guias, IBGE e associações de bairro para quantificação do mercado-alvo;
- Pesquisa a guias especializados e revistas sobre o segmento;
- Visita aos concorrentes diretos, identificando os pontos fortes e fracos dos estabelecimentos que trabalham no mesmo nicho;

- Participação em seminários especializados.

### 3. Localização

Considerando-se a natureza da prestação do serviço de despachante, é possível dispensar a locação de um ponto comercial e concentrar o negócio na internet, já que a maior parte dos contratos de serviços podem ser realizados por meio de um website. Neste caso, recomenda-se a estruturação de um escritório na casa do empreendedor, onde possam ser alocados equipamentos e móveis necessários ao exercício da atividade. Evitam-se, assim, os gastos fixos decorrentes de aluguel comercial.

Devem ser analisadas a existência das pré-condições para o segmento de serviços de despachante, dentre as quais podem ser destacadas: grau de desenvolvimento econômico local, inovação tecnológica, acessibilidade terrestre e aérea, infraestrutura geral.

O empreendedor poderá lançar mão de uma estrutura provisória, de acordo com o projeto a ser desenvolvido, ou mesmo associar-se a outra empresa do ramo para atender a demanda.

Para escolha do imóvel, devem ser observados os seguintes detalhes:

- a) Certifique-se de que o imóvel em questão atende as suas necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança - se é atendido por serviços de água, luz, esgoto, telefone etc.;
- b) Se existem comodidades que possam tornar mais conveniente e menos onerosa a gestão, principalmente, a proximidade de grandes empresas, consumidoras dos serviços de despachante;

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local junto à prefeitura deve atentar para:

- se o imóvel está regularizado, ou seja, se possui HABITE-SE;
- se as atividades a serem desenvolvidas no local, respeitam a Lei de Zoneamento do Município, pois alguns tipos de negócios não são permitidos em qualquer bairro;
- se os pagamentos do IPTU referente o imóvel encontram-se em dia;
- no caso de serem instaladas placas de identificação do estabelecimento, será necessário verificar o que determina a legislação local sobre o licenciamento das mesmas.

### 4. Exigências Legais e Específicas

Montar um negócio com base na internet não é juridicamente diferente de um tradicional, uma vez que também exige a observância de procedimentos legais, tais como:

Registro da empresa:

De forma geral, a primeira providência é procurar um contador – profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma

jurídica mais adequada ao seu projeto e preencher os formulários de inscrição exigidos pelos órgãos públicos.

O contador pode informar também sobre a legislação tributária pertinente ao negócio. Mas antes de contratá-lo, certifique-se de que este prestador de serviço seja um profissional habilitado no Conselho Regional de Contabilidade e de que não existam reclamações registradas contra ele. Dê preferência aos contadores que ofereçam, além de assessoria fiscal e tributária, outros serviços contábeis.

Para legalizar a empresa, o empreendedor deverá cumprir as seguintes etapas:

a) Registro da empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (a empresa ficará obrigada a recolher a Contribuição Sindical Patronal anualmente);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”.
- Corpo de Bombeiros Militar.

b) Visita à prefeitura da cidade onde pretende montar sua empresa para fazer a consulta de local e emissão das certidões de Uso do Solo e Número Oficial. Na maioria dos municípios brasileiros, as atividades econômicas são regulamentadas em conformidade com o Plano Diretor Urbano (PDU). É o PDU que determina o tipo de atividade que pode funcionar no imóvel escolhido por você. Portanto, esse é um passo fundamental para avaliar a localização da empresa.

## 5. Estrutura

O empreendedor necessita de uma estrutura simples para acomodar os documentos e equipamentos necessários para o funcionamento de um escritório de despachante, com flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio.

Ainda que o principal lugar da prestação do serviço seja os órgãos públicos, a oferta de serviços de despachante requer uma pequena estrutura física dotada de energia elétrica, linhas de telefone e fax e banda larga para acesso à internet.

Uma sala comercial de 30 m<sup>2</sup> é suficiente para implantação inicial do empreendimento.

## 6. Pessoal

Considerando que um despachante atua na gestão, planejamento, organização, coordenação e operacionalização dos serviços burocráticos que tomam tempo dos seus clientes, estima-se que para a empresa começar a operar, será necessário, além do dono, mais um funcionário especialista em vendas e finanças.

Este funcionário deve apresentar raciocínio lógico, bom senso e criatividade para encontrar as melhores soluções. Também deve possuir conhecimento de recursos, linguagem e técnicas aplicadas à internet e às redes sociais. Boa redação, atualização tecnológica, predisposição às mudanças e ao aprendizado constante também são fundamentais.

É essencial que o empreendedor inclua no seu sistema de informações um cadastro de profissionais autônomos capacitados nas diferentes áreas de prestação de serviços de despachantes poderão ser contratados a qualquer tempo para trabalhar, conforme a demanda.

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores nessa área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, conseqüências desagradáveis.

Quanto ao dono, espera-se que aporte à empresa sua experiência em, gestão, negociação de preços com fornecedores, planejamento, execução e controle das estratégias comerciais e financeiras do empreendimento. Sempre que possível, ele deve participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio para manter-se atualizado com as tendências do setor.

Autônomos:

Uma das principais dúvidas dos empreendedores diz respeito à contratação de pessoas físicas (profissionais autônomos) ou jurídicas (empresas) para prestação de serviços sem vínculo empregatício.

A fim de diminuir os encargos sociais, as empresas buscam a “terceirização”. No entanto, é fundamental estar atento ao tipo de atividade que pode ser terceirizada.

Não é possível contratar terceiros para realizarem serviços relacionados às atividades que justificaram a criação da empresa. A contratação pode abranger atividades intermediárias da contratante, desde que não haja relação de emprego entre as partes. Ou seja, a relação entre contratante e contratado não pode ser como aquela existente entre patrão e empregado, caracterizada pelos elementos de subordinação, habitualidade, horário, pessoalidade e salário.

Vantagens da contratação de serviços de terceiros:

- Mais participação dos dirigentes nas atividades-fim da empresa.
- Concentração dos talentos no negócio principal da empresa.
- Maior facilidade na gestão do pessoal e das tarefas.



- Possibilidade de rescisão do contrato conforme as condições preestabelecidas.
- Controle da atividade terceirizada por conta da própria empresa contratada.

Desvantagens que este tipo de contratação pode acarretar:

- Sofrer autuação do Ministério do Trabalho e ações trabalhistas em caso de inobservância das obrigações mencionadas no item acima.
- Fiscalização dos serviços prestados para verificar se o contrato de prestação de serviços está sendo cumprido integralmente, conforme o combinado.
- Risco de contratação de empresa não qualificada.

Antes da contratação, recomenda-se verificar se o pessoal disponibilizado pela empresa terceirizada consta como registrado, e se os direitos trabalhistas e previdenciários estão sendo respeitados e pagos.

## 7. Equipamentos

Na era da mobilidade, o empreendedor poderá optar por equipamentos que possam ser facilmente transportados e com conexão à internet (smartphones, notebooks, netbooks, tablets, entre outros), com os quais poderá realizar o seu trabalho.

O armazenamento dos dados (sistema de informações) poderá ser feito em serviços de computação em nuvem (cloud computing), com acesso em qualquer lugar, a qualquer hora. O acesso ao sistema de informações, programas, serviços e arquivos é realizado de forma remota, através da internet.

Outros equipamentos necessários para a montagem da empresa:

- Microcomputadores com acesso à internet em alta velocidade;
- Modems para conexão à internet via rede móvel 3G;
- Impressora multifuncional;
- Telefones celulares;
- Móveis e utensílios de escritório.

Convém que o empreendedor busque informações junto aos fabricantes para conhecer o tempo médio de obsolescência dos equipamentos. Assim, ele poderá realizar a análise de custo-benefício para sua aquisição (se novos ou usados), bem como planejar a reposição quando necessária.

## 8. Matéria Prima/Mercadoria

Disponibilidade de tempo, informação e conhecimento são os insumos básicos da atividade



de despachante.

De forma simplificada, podemos dizer que a informação é o dado que faz sentido, faz diferença. Já o conhecimento, pode ser definido como um conjunto de informações aplicadas em um determinado contexto, gerando novas experiências e informações. O conhecimento nas organizações, não se encontra apenas nos documentos, bases de dados e sistemas de informação, mas também nos processos de negócio, nas práticas dos grupos e na experiência acumulada das pessoas.

Desta forma, o empreendedor deve considerar a gestão do conhecimento como uma ferramenta para a gestão sustentável do negócio.

Neste mesmo contexto, o empreendedor deve estar ciente que a disponibilidade de tempo é um insumo precioso na prestação dos serviços de despachante. Ele deve sempre enaltecer o valor do tempo economizado ao seu cliente e gerindo seu próprio tempo de forma eficiente nas atividades do dia a dia. O empreendedor deve agir entendendo as necessidades dos clientes, conhecer a cultura e o funcionamento da empresa, conhecer as tendências do Mercado, desenvolver relacionamentos duradouros com os clientes, transmitir confiabilidade e carisma, atualizar-se sobre as novidades do segmento e zelar pelo bom atendimento após a compra do serviço. Portanto, cabe esclarecer que não há matéria prima ou insumos que sejam diretamente relacionados com a prestação de serviço de despachante.

## 9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo de um despachante varia muito de acordo com o tipo de serviço prestado.

O processo mínimo deve sempre seguir as seguintes etapas:

**Briefing:** etapa onde as informações necessárias para o desenvolvimento do serviço serão coletadas – tempo de execução, documentos necessários e possíveis impedimentos e expectativas do cliente devem ser levantadas neste momento.

**Planejamento:** etapa que deve ser feita de maneira ágil e diante das informações levantadas na etapa anterior. O empreendedor deve neste momento estabelecer o tempo e recursos necessários para se prestar o serviço.

**Desenvolvimento:** em geral, começa com a prestação do serviço em si. Nesta etapa, o empreendedor deve estar atento à organização de todos os documentos, recolhimentos e comprovantes que atestem a segurança e transparência do serviço prestado.

**Pós-venda:** Um bom relacionamento com seu cliente sempre começa com um bom serviço prestado e se perpetua quando o prestador se faz sempre lembrado. Para tanto, deve-se sempre fazer um contato pós-venda onde se comprova que o serviço atendeu às expectativas do seu cliente. Neste momento deve-se aproveitar para divulgar outros tipos de assessoramento que uma empresa de despachante pode cobrir no dia a dia de seu cliente.

## 10. Automação

Atualmente, existem diversos sistemas informatizados (softwares) que podem auxiliar o campo gerencial. A automação facilita o controle de diversos processos - caixa, financeiro, entre outros. Por isso, é recomendável a adoção de um sistema informatizado para quem esteja abrindo um negócio, mesmo que pequeno. Atualmente existem diversos softwares que podem auxiliar o empreendedor na gestão de uma empresa de criação de sites para smartphones. Seguem algumas opções:

- AS Gestor empresarial 1.59;
- Empresarial Master Plus 2.0 (gratuito);
- Empresarial Master Sênior 2.0 (gratuito);
- Express Gestão de Tele-vendas (gratuito);
- Gestão de Clientes (CRM) 2.10;
- Hábil empresarial (gratuito);
- Praticus Gestão empresarial;
- Totus Free 70608 (gratuito).

Além de fácil utilização, um software gerencial deve incorporar, dentre outros, itens como:

- Cadastro: clientes, funcionários, fornecedores;
- Movimentos: orçamentos, vendas e serviços;
- Relatórios: serviços a executar, vendas por cliente, vendas por período, vendas a receber, estoque, aniversariantes do mês;
- Consultas: preços, recebimentos, pagamentos, vendas;
- Gráficos: evolução das vendas, despesas, pagamentos;
- Financeiro: controle de caixa, cheques recebidos, cheques emitidos, controle de despesa, contas a pagar, controle de funcionários, compras;
- Segurança: backup dos dados.

## 11. Canais de Distribuição

Este segmento se caracteriza por entregar os serviços diretamente ao usuário final. As parcerias estabelecidas com boas empresas podem encurtar o duro caminho do estabelecimento na direção da estabilização mercadológica e financeira.

Outro canal importante para o negócio é o online, baseado em um site institucional que

apresente a empresa para o mercado, dê informações úteis sobre os serviços oferecidos e que permita aos interessados a solicitação de orçamentos e pedidos a partir do preenchimento de um cadastro.

Uma das principais vantagens de utilizar mais de um canal de vendas é diminuir a distância entre o serviço e/ou produto e o cliente. Construir uma cobertura geográfica abrangente pode representar um aumento significativo no volume de vendas e aumentar a participação da empresa no mercado.

## 12. Investimentos

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento. Um escritório de despachante, estabelecido em uma área de 30 m<sup>2</sup>, exige um investimento inicial estimado em torno de R\$ 15 mil, a ser alocado majoritariamente nos seguintes itens:

- Arquivos: R\$ 2.500,00;
- Mesas e cadeiras: R\$ 5.000,00;
- Telefone, aparelho de fax, microcomputador e impressora: R\$ 6.000,00;
- Capital de giro: R\$ 1.500,00.

Para uma informação mais apurada sobre o investimento inicial, sugere-se que o empreendedor utilize o modelo de plano de negócio disponível no SEBRAE.

## 13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-

de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa.

Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

Geralmente, a necessidade de capital de giro para a operação de um despachante é baixa, em torno de 10% do investimento inicial – o suficiente para arcar com o custo de taxas, cópias e serviços de cartório.

## 14. Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente no preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção, depreciação de maquinário e instalações.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Seguem algumas categorias referenciais, com intuito de exemplificar a proporcionalidade dos gastos.

- Telefones e acesso à internet: R\$ 850,00;
- Assessoria contábil: R\$ 545,00;
- Recursos para manutenções corretivas: 5% do custo do equipamento ao ano;
- Despesas com vendas, propaganda e publicidade: em torno de 3% das vendas;
- No caso de equipamentos de informática deve-se considerar uma depreciação de 25% ao ano, a qual deve ser provisionada visando a atualização e reposição dos equipamentos.

Seguem algumas dicas para manter os custos controlados:

- Comprar pelo menor preço os insumos;
- Negociar prazos mais extensos para pagamento de fornecedores de insumos;
- Evitar gastos e despesas desnecessárias;

- Manter equipe de pessoal enxuta.

## 15. Diversificação/Aggregação de Valor

Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares ao produto principal, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto ou serviço prestado.

O principal benefício oferecido aos clientes pelos despachantes é a comodidade de obter documentos e registros sem sair de casa e sem perder tempo com filas e senhas.

As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado. No caso de um despachante, há várias oportunidades de diferenciação, tais como:

- Atendimento em domicílio e prestação de serviços pela internet, são diferenciais pouco comuns de se encontrar no Mercado usual de despachantes;
- Prestação de serviços de abertura e fechamento de empresas, é um serviço que geralmente é demandado aos contadores e na verdade executado pelos despachantes que ficam com seu honorários aviltados. Portanto torna-se um diferencial no momento em que a empresa de despachantes oferece tal serviço; \* Prestação de serviços referentes a marcas e patentes, é outro serviço ofertado por escritórios especializados e são basicamente serviços de despachantes que devem ser ofertados pela empresa de despachantes para evitar assim os baixos honorários;
- Realização de contratos com concessionárias e lojas de carros usados, também pode se tornar um grande diferencial de volume de operações, uma vez que o despachante não espera ser demandado sob conveniência do seu cliente, estabelecendo assim uma parceria e fidelização do mesmo. Neste caso, os acordos de níveis de serviço, onde tempo de resposta a uma demanda e prazos de execução, poderão ajudar no fechamento dos contratos com a empresa de despachante.

## 16. Divulgação

O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, quando puder, superar as expectativas do consumidor. Ao final, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.

Recomenda-se que o empreendedor elabore um plano de comunicação do negócio e o coloque em prática pelo menos três meses antes de começar a operar. Estratégias de comunicação dirigidas às redes sociais (Orkut, Facebook, Twitter, entre outras) mostram-se muito adequadas nessa etapa. Por meio delas, o empreendedor pode compartilhar conteúdos relacionados ao segmento em que irá atuar.

Caso seja interesse do empreendedor, um profissional de marketing e/ou comunicação poderá ser contratado para desenvolver campanhas de divulgação específicas.

Abaixo, algumas ações mercadológicas acessíveis e eficientes:

- Montar um website com a oferta de serviços e demais valores empresariais, para alavancar as vendas.
- Confeccionar folders e flyers para a distribuição em universidades, clínicas, consultórios médicos, empresas, escritórios comerciais, de profissionais liberais, entre outros;
- Oferecer brindes para clientes que indicam outros clientes;
- Publicar anúncios em jornais e revistas de bairro;
- Produzir um pequeno portfólio para a apresentação da empresa e dos profissionais, contendo cartão de visitas, folder, brindes, etc.
- Anunciar em sites de busca e de cotação de preços, que geram maior volume de tráfego e de vendas.

## 17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de DESPACHANTE, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 8299-7/99 como atividades dos despachantes, exceto aduaneiros, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ISSQN (imposto sobre serviços de qualquer natureza);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 6% a 17,42%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores

de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual). Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm>). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

#### I) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;

- R\$ 5,00 a título de ISS - Imposto sobre serviço de qualquer natureza.

II) Com um empregado: (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria)

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;

- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Havendo receita excedente ao limite permitido superior a 20% o MEI terá seu empreendimento incluído no sistema SIMPLES NACIONAL.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor

## 18. Eventos

Os principais eventos do setor são:

Congresso para Despachantes Aduaneiros

Av. Paulista, 1.337 – 22º andar - São Paulo - SP



CEP 01311-200

Tel.: (11) 3549-9888

Fax: (11) 3549-9889

Website: <http://www.feaduaneiros.org.br>

Seminário Asapra Rio

Rua Mayrink Veiga 4, 1º ao 5º andar – Centro - Rio de Janeiro – RJ

CEP 20090-050

Tel.: (21) 2253-8344

Website: <http://www.sda-rj.com.br>

## 19. Entidades em Geral

A seguir, são indicadas as principais entidades de auxílio ao empreendedor:

DENATRAN - Departamento Nacional de Trânsito

Esplanada dos Ministérios, bl. T, anexo II, 5º andar - Brasília – DF

CEP 70064-900

Website: <http://www.denatran.gov.br>

E-mail: [denatran@denatran.gov.br](mailto:denatran@denatran.gov.br)

FEADUANEIROS - Federação Nacional dos Despachantes Aduaneiros

Av. Paulista, 1.337 – 22º andar - São Paulo - SP

CEP 01311-200

Tel.: (11) 3549-9888

Fax: (11) 3549-9889

Website: <http://www.feaduaneiros.org.br>

E-mail: [heitor@feaduaneiros.org.br](mailto:heitor@feaduaneiros.org.br)

INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial

Rua Mayrink Veiga, nº 9 – Centro - Rio de Janeiro – RJ

CEP 20090-910

Te.: (21) 2139-3000

Website: <http://www.inpi.gov.br>

Receita Federal

Brasília - DF

Website: <http://www.receita.fazenda.gov.br>

Sindicado dos Despachantes Aduaneiros do Rio de Janeiro

Rua Mayrink Veiga 4, 1º ao 5º andar – Centro - Rio de Janeiro – RJ

CEP 20090-050

Tel.: (21) 2253-8344

Website: <http://www.sda-rj.com.br>

E-mail: [pres@sda-rj.com.br](mailto:pres@sda-rj.com.br)

Sindicato dos Despachantes Documentalistas do Estado de São Paulo

Largo Paissandu, 51 – 14º andar – cj. 1404 - São Paulo - SP

CEP 01034-900

Tel.: (11) 3357-6622

Website: <http://www.sindespachantes.com.br>

SNDC - Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

Website: <http://www.mj.gov.br/dpdc/sndc.htm>

## 20. Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, utilizados como importantes referências para o mercado.

As normas técnicas podem estabelecer requisitos de qualidade, de desempenho, de segurança (seja no fornecimento de algo, no seu uso ou mesmo na sua destinação final), mas também podem estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar classificações ou terminologias e glossários, definir a maneira de medir ou determinar as características, como os métodos de ensaio.

As normas técnicas são publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

Não existem normas técnicas aplicáveis a este segmento empresarial

## 21. Glossário

Seguem alguns termos técnicos extraídos do website <http://www.pr.gov.br>.

A

**ABDETRAN:** Associação Brasileira dos Departamentos de Trânsito.

**ADULTERAÇÃO:** mudança e/ou alteração de modo irregular, com a finalidade de tornar irreconhecível a situação anterior.

**AFERIÇÃO DE GASES POLUENTES:** processo de medição dos níveis de emissão de fumaça e gases poluentes, emitidos por todos os veículos que compõem a frota nacional.

**AGENTE DA AUTORIDADE DE TRÂNSITO:** pessoa, civil ou policial militar, credenciada pela autoridade de trânsito para o exercício das atividades de fiscalização, operação, policiamento ostensivo de trânsito ou patrulhamento.

**ALIENAÇÃO FIDUCIÁRIA:** contrato firmado entre o usuário e uma entidade financeira, na compra de um veículo. A informação sobre a alienação fiduciária (restrição administrativa) é inserida nos documentos desses veículos, com o objetivo de impedir a transferência de propriedade, até que haja a quitação do financiamento.

**ARRENDAMENTO:** conhecido também como leasing, é o contrato pelo qual alguém (pessoa física ou jurídica) cede a outrem (pessoa física ou jurídica), por certo tempo e preço, o uso do veículo. A informação sobre o arrendamento (restrição administrativa) é inserida nos documentos desses veículos, com o objetivo de impedir a transferência de propriedade, até o cumprimento integral do contrato.

**ARRENDANTE:** empresa que cede o veículo para uso de terceiro, por certo tempo e preço (leasing).

**ARRENDATÁRIO:** pessoa física ou jurídica que, por meio de contrato de arrendamento mercantil ou leasing, recebe o veículo, pagando pelo seu uso e tendo a opção de compra, no final do contrato, mediante pagamento do saldo devedor ou residual.

**ARRESTO:** informação inserida no cadastro do veículo quando a Justiça determina a apreensão dos bens de uma pessoa que tem dívidas, e cuja cobrança foi ou será ajuizada. O objetivo da inserção da restrição administrativa no cadastro é impedir a transferência de propriedade do veículo, que poderá vir a ser penhorado, caso seja proposta ação de execução judicial contra o devedor.

**AUTOMÓVEL:** veículo automotor destinado ao transporte de passageiros, com capacidade para até oito pessoas, exclusive o condutor.

**AUTORIDADE DE TRÂNSITO:** dirigente máximo de órgão ou entidade executivo integrante do Sistema Nacional de Trânsito ou pessoa por ele expressamente credenciada.

## B

**BIN:** Base Índice Nacional, utilizado como fonte de informação para o sistema de Registro Nacional de Veículos Automotores (Renavan).

**BINCO:** Base Índice Nacional de Condutores, utilizado como fonte de informação para o sistema de Registro Nacional de Carteiras de Habilitação (Renach).

**BPRv:** Batalhão da Polícia Rodoviária. Tem a função de realizar o policiamento ostensivo nas rodovias estaduais e, por delegação, em algumas rodovias federais.

**BPTRAN:** Batalhão da Polícia de Trânsito. Atua na fiscalização, orientação e controle de tráfego.

## C

**CATEGORIA:** habilidade e a responsabilidade que se requer do condutor, em função da utilização do tipo de veículo que ele irá dirigir.

**CFC:** Centro de Formação de Condutor, também conhecido como "auto-escola".

**CNH:** Carteira Nacional de Habilitação. É o documento válido em todo o território nacional, emitido pelos Detran, que habilita as pessoas a conduzirem veículos automotores nas vias públicas.

**CNPJ:** Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica, antigo CGC.

**CONTRAN:** Conselho Nacional de Trânsito.

**CRLV:** Certificado de Registro e Licenciamento de Veículo. É o documento emitido anualmente pelo Detran, que atesta a compatibilidade de veículo com as exigências legais determinadas pelo órgão legislador de trânsito.

**CRMI:** Curso de Reeducação ao Motorista Infrator.

**CRV:** Certificado de Registro de Veículo. É o documento expedido pelo Detran, que define a propriedade de um veículo à pessoa física ou jurídica. Por meio dele o vendedor formaliza a autorização para a transferência de propriedade.

**CTB:** Código de Trânsito Brasileiro.

## D

**DENATRAN:** Departamento Nacional de Trânsito. Órgão executivo que integra a estrutura do Ministério da Justiça, com autonomia administrativa e técnica, com jurisdição sobre todo o território nacional.

**DER:** Departamento de Estrada de Rodagem. Órgão responsável pelas rodovias estaduais.

**DETRAN:** Departamento Estadual de Trânsito. Órgão executivo que, entre outras atribuições, administra a documentação dos veículos e condutores, emite, suspende ou cassa

a CNH.

DNER: Departamento Nacional de Estradas de Rodagem, órgão extinto que foi substituído pelo DNIT.

DNIT: Departamento Nacional de Infra-Estrutura de Transportes. Órgão responsável pelas rodovias federais (BRs).

DPVAT: seguro de danos pessoais causados por veículos automotores de vias terrestres. Mais conhecido como "Seguro Obrigatório", é o seguro pago pelo proprietário do veículo junto com o licenciamento anual.

DSV: Departamento do Sistema Viário.

DTP: Divisão de Transporte Público.

E

EMPLACAMENTO: afixação de placas e lacre no veículo. O emplacamento é feito depois que o proprietário recebe os documentos do veículo, relativos à primeira licença ou ao licenciamento anual.

F

FENASEG: Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados e de Capitalização.

G

GESTOS DE AGENTES: movimentos convencionais de braço, adotados exclusivamente pelos agentes de autoridades de trânsito nas vias, para orientar, indicar o direito de passagem dos veículos ou pedestres ou emitir ordens, sobrepondo-se ou completando outra sinalização ou norma constante deste Código.

GESTOS DE CONDUTORES: movimentos convencionais de braço, adotados exclusivamente pelos condutores, para orientar ou indicar que vão efetuar uma manobra de mudança de direção, redução brusca de velocidade ou parada.

I

INFRAÇÃO DE TRÂNSITO: inobservância a qualquer preceito da legislação de trânsito, às normas emanadas do Código de Trânsito, do Conselho Nacional de Trânsito e a regulamentação estabelecida pelo órgão ou entidade executiva do trânsito.

IPVA: Imposto sobre Propriedade de Veículos Automotores. De responsabilidade da Secretaria da Fazenda, esse imposto é cobrado na época do licenciamento anual de veículos.

J

JARI: Junta Administrativa de Recurso de Infração.

L

LACRE DO EMPLACAMENTO: selo plástico, de utilização única, empregado na fixação da placa do veículo na carroceria.

LEASING: veja ARRENDAMENTO.

LICENCIAMENTO: procedimento anual, relativo a obrigações do proprietário de veículo, comprovado por meio de documento específico (Certificado de Licenciamento Anual).

M

MONATRAN: Movimento Nacional do Trânsito.

MTM: sigla do Sistema Conveniado de Multas, originalmente nomeado Multas de Trânsito Municipal (daí o "MTM").

N

NIC: não Identificação do Condutor Infrator. É o procedimento para imposição de penalidade de multa a pessoa jurídica proprietária de veículos por não identificação de condutor infrator tratada na Resolução nº 151, de 08/10/2003.

P

PATRULHAMENTO: função exercida pela Polícia Rodoviária Federal com o objetivo de garantir obediência às normas de trânsito, assegurando a livre circulação e evitando acidentes.

PLACAS: elementos colocados na posição vertical, fixados ao lado ou suspensos sobre a pista, transmitindo mensagens de caráter permanente e, eventualmente, variáveis, mediante símbolo ou legendas pré-reconhecidas e legalmente instituídas como sinais de trânsito.

R

RENACH: Registro Nacional de Condutores Habilitados.

RENACON: Registro Nacional de Compensação de Multas Interestaduais.

RENAVAM: Registro Nacional de Veículos Automotores.

RENT: Registro Nacional de Trânsito.

S

SINET: Sistema Nacional de Estatística do Trânsito.

U

UFIR: Unidade Fiscal de Referência.

V

**VEÍCULO LEILOADO:** é aquele cuja venda, por quaisquer razões, foi intermediada por um leiloeiro, que emitiu Nota Fiscal.

**VEÍCULO SALVADO:** é aquele que, em função de colisão ou roubo/furto, teve seu valor indenizado pela seguradora ao segurado. Ao receber o dinheiro do seguro, o dono do veículo transfere a propriedade à seguradora, que passa a ter o direito de venda.

**VISTORIA:** é a inspeção das características físicas do veículo - marca, modelo, ano de fabricação, cor, categoria, etc. - e do funcionamento dos seus componentes mecânicos e elétricos, além dos equipamentos obrigatórios. O principal objetivo da vistoria é proporcionar maior segurança ao trânsito, aumentar a vida útil do veículo e melhorar as condições ambientais das cidades, com reflexo positivo para toda a sociedade.

## 22. Dicas de Negócio

Diante das iniciativas governamentais de informatização dos serviços públicos, ameaçando a demanda de mercado por despachantes, o empreendedor precisa procurar fontes alternativas e estáveis de receita. Uma boa dica é firmar contratos de prestação de serviços com concessionárias e lojas de carros usados. Outra opção é expandir o foco de atuação, oferecendo serviços aduaneiros, serviços de registro de marcas e patentes e serviços de abertura e encerramento de empresas.

### Pesquisas

Avaliar ou visitar concorrentes diretos ajuda na hora de adequar a estrutura do negócio com base em casos reais. Não é razoável utilizar todos os recursos financeiros na montagem da empresa. Recomenda-se manter algumas reservas para garantir o capital de giro do empreendimento.

Casar boas ideias com serviços e atendimento de qualidade pode levar uma empresa a se diferenciar das concorrentes. Recrutar funcionários criativos pode ajudar a alavancar os negócios.

O empreendedor precisa estar atento ao grau de satisfação dos clientes, buscando identificar qual a percepção que eles têm em relação à qualidade e diferencial dos serviços oferecidos. Para tanto, pode realizar pequenas pesquisas de satisfação, utilizando formulários online objetivos, que permitam extrair as informações desejadas. Ele também deve criar mecanismos que captem as ideias dos colaboradores e parceiros, e manter uma postura aberta para receber qualquer observação que chegar à empresa.

### Tarifas bancárias

Cada vez mais as Pequenas e Médias Empresas negociam com os bancos as tarifas cobradas pelos serviços, uma vez que estes valores apresentam enorme variação.

Procure concentrar a movimentação bancária de sua empresa em apenas uma instituição. Desta forma, aumentam as chances de você conseguir reduzir os custos das transações ou até mesmo de obter isenção de algumas tarifas.



De acordo com o Banco Central do Brasil, o custo para cada serviço deve ser previsto em contrato. Antes de alterar qualquer valor fixado, o banco deverá avisar o cliente com um mês de antecedência, no mínimo.

## 23. Características Específicas do Empreendedor

No segmento de despachantes, o empreendedor precisa estar atento às tendências e novidades de procedimentos e legislação dos órgãos públicos. Prestatividade, agilidade e bom atendimento são qualidades essenciais. Outras características importantes, relacionadas ao risco do negócio, podem ajudar no sucesso do empreendimento:

- Busca constante de informações e oportunidades;
- Persistência;
- Comprometimento;
- Qualidade e eficiência;
- Capacidade de estabelecer metas e calcular riscos;
- Planejamento e monitoramento sistemáticos;
- Independência e autoconfiança.

## 24. Bibliografia Complementar

ARAÚJO, Marcelo Cunha de. Crimes de trânsito. São Paulo: Mandamentos, 2004. 129 p.

BARBOSA, Manoel Messias. Código de Trânsito Brasileiro. São Paulo: Método, 2008. 896 p.

JESUS, Damásio de. Crimes de trânsito. São Paulo: Saraiva, 2008. 246 p.

MARRONE, José Marcos. Delitos de trânsito. São Paulo: Atlas, 1998. 116 p.

RODRIGUES, Decio Luiz Jose. Crimes do Código de Trânsito. Franca: Lemos & Cruz, 2007. 110 p.

WERNECK, Paulo. Comércio exterior e despacho aduaneiro. Curitiba: Juruá, 2007. 329 p.

CHINEM, Rivaldo. Marketing e divulgação da pequena empresa. São Paulo : Senac, 2006.

COSTA, Nelson Pereira. Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

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

LAS CASAS, Alexandre Luzzi (coord.) Marketing móvel: tendências e oportunidades no marketing eletrônico. São Paulo : Saint Paul, 2009.

LEMES JUNIOR, Antônio Barbosa, PISA, Beatriz Jackiu. Administrando micro e pequenas empresas. Rio de Janeiro : Elsevier, 2010.

VAZ, Conrado Adolpho. Google marketing: o guia definitivo de marketing digital. São Paulo : Novatec, 2009. Sites relacionados:

<http://www.pr.gov.br>

<http://www.google.com>

<http://www.yahoo.com>

<http://www.facebook.com>

<http://www.orkut.com.br>

<http://www.linkedin.com>

<http://twitter.com/>

<http://www.youtube.com/>

