

Transporte executivo



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.....	2
Localização.....	3
Exigências Legais e Específicas.....	4
Estrutura.....	6
Pessoal.....	6
Equipamentos.....	8
Matéria Prima/Mercadoria.....	8
Organização do Processo Produtivo.....	9
Automação.....	10
Canais de Distribuição.....	10
Investimentos.....	11
Capital de Giro.....	12
Custos.....	13
Diversificação/Agregação de Valor.....	14
Divulgação.....	16
Informações Fiscais e Tributárias.....	17
Eventos.....	19
Entidades em Geral.....	19
Normas Técnicas.....	20
Glossário.....	21
Dicas de Negócio.....	22
Características Específicas do Empreendedor.....	23
Bibliografia Complementar.....	24
Produtos e Serviços - Sebrae.....	26

1. Apresentação de Negócio

O serviço de transporte executivo é um ramo de atividade caracterizado pela contratação eventual de transporte para a execução de uma atividade profissional de interesse da organização contratante dos serviços. Normalmente são viagens planejadas e previamente requisitadas a um setor da contratante que gerencia todas as contratações e se comunica com a transportadora contratada. Os passageiros não atuam necessariamente no processo de reserva e gestão de viagens.

Os serviços de transporte executivo, por exemplo, apresentam características semelhantes aos táxis. São: intangíveis, padronizados, dirigem-se até os clientes. E somente diferem quanto à necessidade do credenciamento. Os relacionamentos entre empresas e clientes no caso de transporte executivo são prolongados, de forma que diferenças entre condições contratadas e condições entregues surgem com o vigor presente nos demais serviços estudados.

Nos últimos anos, não só empresas contratam serviços de transporte executivo. Tem sido cada vez mais comum a contratação de pessoa física por meio de sites ou aplicativos.

No entanto, antes de montar um serviço de transporte executivo, alguns cuidados devem ser observados, como por exemplo, conhecer o mercado consumidor. De grande importância no planejamento, o conhecimento do mercado vai informar se existe público suficiente para utilizar este serviço que está sendo oferecido, bem como avaliar se o mercado não está saturado, ou seja, se ainda é possível montar mais uma empresa do ramo.

Outro cuidado é observar o melhor local para implantar o negócio e oferecer este serviço, pois tem relação direta com o prazo de retorno do capital investido. Além disso, levantar informações e conhecer alguns fatores como pessoal necessário, exigências legais do negócio, custos e estrutura são determinantes para o futuro sucesso de uma empresa.

Este documento contém informações importantes para o empreendedor que queira montar um serviço de transporte executivo, mas não substitui o Plano de Negócios. Para obter informações sobre Plano de Negócios, o empreendedor deve procurar o SEBRAE mais próximo.

Este negócio pode ser exercido por Microempreendedor Individual (MEI). Se você pretende empreender como MEI nesse negócio, lembre-se que:

- a) há um teto de faturamento anual;
- b) você não pode ser sócio, administrador ou titular de outra empresa;
- c) só poderá contratar 1 (um) empregado;
- d) deve verificar na sua prefeitura se a atividade pode ser exercida no local que você deseja.

Outras dúvidas sobre a legislação do MEI podem ser esclarecidas no site <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>

2. Mercado

Fatores que influenciam na demanda pelo transporte executivo são: características urbanas, demográficas, renda, concorrência, disponibilidade de outros meios de transporte, fluxo turístico peculiares a cada cidade, dentre outros fatores.

Ameaças e oportunidades

As oportunidades de negócios são definidas pelas possibilidades de bons resultados que o empreendedor vislumbra ao implantar um novo empreendimento.

O conhecimento real das possibilidades de sucesso somente será possível através de pesquisa de mercado.

Uma pesquisa não precisa ser sofisticada, cara ou complexa. Ela pode ser elaborada de forma simplificada e realizada pelo próprio empresário, como estudar a concorrência já instalada em termos de tamanho e qualidade dos veículos utilizados, os preços praticados e características gerais do público que pretende atingir – turistas que viajam de avião ou navio, por exemplo, ou ainda, público categorizado por classe econômica ou ainda por segmentos de turismo: histórico, ecológico, religioso, etc.

O risco de iniciar um negócio sem conhecimento do ambiente local é muito grande.

Oportunidades

O incremento populacional de pequenas e médias cidades brasileiras associados ao aumento do poder de compra da população do país, observado nos últimos anos, são fatores que potencializam a geração de grandes oportunidades para o setor.

Em 19 de junho de 2008 foi aprovada a Lei 11.705, modificando o Código de Trânsito Brasileiro. Apelidada de "lei seca", proíbe o consumo da quantidade de bebida alcoólica superior a 0,03 mg/l de álcool por litro de ar expelido no exame do bafômetro por condutores de veículos, e em exames de sangue não à tolerância. A entrada em vigor desta Lei também fez aumentar o uso dos serviços de transporte executivo em muitas cidade brasileiras.

Outro motivo é o aumento do tempo de trajeto casa-trabalho. Nas regiões metropolitanas do país, de 1992 a 2012, houve um aumento médio de no tempo da casa ao trabalho em 14% e de 4% dentre aqueles que demoram mais de 1 hora no trajeto da casa ao trabalho, indicando o aumento do tempo de trânsito e eventualmente engarrafamentos. Em média o tempo gasto para deslocamento de casa-trabalho-casa nas principais capitais brasileiras é de 1h20min, são os dados da pesquisa realizada em 2016 pela Alelo – Empresa de Serviços Financeiros, na cidade São Paulo esse tempo é de 1h57min conforme pesquisa do IBOPE, 2018. As principais causas são: aumento do número de automóveis e motos nos últimos anos, aumento da disputa pela via com ciclistas e pedestres e falta de manutenção das vias. Dessa forma, para evitar o estresse do trânsito, as pessoas têm optado pelo transporte executivo. A desproporcionalidade entre o aumento de veículos particulares e vagas de estacionamento, causando aumento significativo dos valores e sua escassez nos grandes centros, assim como a baixa qualidade do transporte público também influenciam na decisão.

Para fins comparativos, cerca de 60% das receitas de táxis no Brasil são geradas por empresas, que reembolsam o transporte dos funcionários que precisam se locomover a serviço ou pagam uma fatura mensal diretamente ao fornecedor. Portanto, essa também é uma alternativa interessante.

As ameaças são representadas por todas as possibilidades de insucesso que o futuro empresário pode identificar para o novo negócio. A realização da pesquisa sugerida fornece informações para a previsão de dificuldades que poderão aparecer pelo caminho. A pesquisa realizada com empreendedores deste setor identificou as ameaças abaixo listadas como sendo as mais significativas:

Ameaças:

- Alta concorrência com serviços de táxis;
- Crises econômica e política;
- Aumento de veículos cadastrados em aplicativos especializados;
- Violência urbana
- Excesso de congestionamentos e problemas de infraestrutura urbana
- Aumento do custo de combustível e manutenção do veículo
- Falta de experiência do dono do negócio;
- Sazonalidade e clima;
- Concorrência de hotéis que oferecem serviços de transfer como cortesia aos seus clientes.
- Ônibus especiais de empresas de transporte público que oferecem transporte dos aeroportos aos centros das cidades, hotéis e agências de viagem que também ofertam o serviço.

3. Localização

De acordo com Daud e Rabelo (2006) “estar no lugar certo é meio caminho andado para realizar boas vendas”. Por isso, é muito importante a área de atuação do serviço de transporte executivo, sendo os potenciais clientes uma das variáveis a ser considerada. De preferência, este serviço deve ser próximo ao público que o empreendedor quer atingir. Geralmente é instalado próximo a grandes centros, aeroportos, rodoviárias, portos ou hotéis, deve ser estabelecido em locais que tenham segurança e facilidade de acesso, pois é isto que os clientes esperam.

No caso de serviço de transporte executivo, o empreendedor pode iniciar em uma sala ou escritório com infraestrutura adequada, móveis e equipamentos, além do espaço para guarda e manutenção do veículo. Neste caso é importante atenção quanto a:

- a) A relação entre receitas e despesas estimadas precisa ser compatível com os objetivos definidos pelo empreendedor. É preciso estar atento ao custo do aluguel, prazo do contrato, reajustes e reformas a fazer.
- b) Certifique-se de que o imóvel atende às necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança, serviços de água, luz, esgoto, telefone, transporte etc.

c) Verifique se existem facilidades de acesso, estacionamento e outras comodidades que possam tornar mais conveniente e menos onerosa a adaptação do imóvel.

d) Confira a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área, que deverá estar devidamente regularizada. As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU), 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 ao imóvel estão em dia;
- no caso de serem instaladas placas de identificação do estabelecimento, letreiros e outdoors, será necessário verificar o que determina a legislação local sobre o licenciamento das mesmas;
- exigências da legislação local e do Corpo de Bombeiros Militar.

Outra alternativa é disponibilizar um site na internet e um endereço para correspondências e cadastro da empresa. Assim há um endereço oficial para a empresa e o veículo fica na casa do proprietário, que pode gerar economia com taxa de bombeiros, alvará da prefeitura, IPTU comercial, aluguel de sala, condomínio e outro ponto de internet para o escritório.

Atenção, um escritório ou sala comercial oferece maior credibilidade ao negócio.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto no capítulo 'Informações Fiscais e Tributárias'.

O contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa e conhecedor da legislação tributária, poderá auxiliar o empreendedor neste processo.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na entidade sindical patronal: empresa ficará obrigada a recolher a contribuição sindical patronal, por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano;

- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;

- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite-se” pela prefeitura.

Importante:

- Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento.

- A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc.

- É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) - Lei Federal nº. 8.078 publicada em 11 de setembro de 1990.

Para esta atividade, existem regulamentações específicas:

- O condutor que exerça atividade remunerada de bens ou pessoas, de acordo com a Resolução 168/04, Art. 4º § 1º e Art. 6º § 2º do CONTRAN, está obrigado a declarar essa condição perante o órgão de trânsito para fins de constar o registro do EAR (exerce atividade remunerada) no campo de observação da Carteira Nacional de Habilitação (CNH).
 - Segundo a Resolução nº 168 de 2004 do Departamento Nacional de Trânsito - DENATRAN, se o empreendedor optar por trabalhar com veículos acima de oito lugares, exceto o do motorista, ele deverá ser capacitado em curso obrigatório no Departamento Estadual de Trânsito - DETRAN e portar carteira de habilitação categoria “D”.
 - A exploração de serviços de transporte rodoviário interestadual e internacional de passageiros encontra-se sob a égide da Lei nº 10.233, de 5 de junho de 2001, da Lei nº 8.987, de 13 de fevereiro de 1995, e da Lei nº 9.074, de 7 de julho de 1995, estas regulamentadas pelo Decreto nº 2.521, de 20 de março de 1998, e pelas normas aprovadas em Resolução, pela Diretoria Colegiada da ANTT.
 - As ações de regulação e fiscalização do setor têm caráter permanente e objetivam a adequação das rotinas e procedimentos para a efetiva operacionalização da Lei nº 10.233/2001, que criou a ANTT, buscando a contínua melhoria dos serviços e a redução dos custos aos usuários do transporte rodoviário interestadual e internacional de passageiros, quer no transporte regular, quer no de fretamento contínuo, eventual ou turístico.
 - É importante também conhecer a lei nº 13.103 de 2 de março de 2015 que dispõe sobre o exercício da profissão de motorista.
 - Sobre instalação de dispositivos de geolocalização, inclusive no celular, assim como dispositivos multimídia como TV digital, deve-se consultar a Resolução CONTRAN 242 de 22 de junho de 2007, que dispõe sobre a instalação e utilização de equipamentos geradores de imagens nos veículos automotores.
- O Sebrae local poderá ser consultado para orientação.

5. Estrutura

Para iniciar no serviço de transporte executivo não é necessário possuir uma estrutura complexa, pode-se começar devagar e aos poucos continuar investindo.

Existem algumas possibilidades que podem ser avaliadas:

a) Escritório virtual: Iniciando com um site na internet, o empreendedor apresenta seus serviços e oferece meios de contato. São requisitos necessários: telefone/celular, e algum local para guarda e manutenção dos veículos utilizados;

b) Escritório ou sala comercial: Apesar de exigir uma estrutura um pouco mais elaborada e até mais cara, oferece credibilidade ao negócio. Um escritório de 30 metros quadrados pode atender às necessidades iniciais, devendo haver uma mesa de reuniões, recepção, computador, impressora e telefone/celular. Um ambiente com poltronas em uma pequena sala de espera e uma estrutura básica de copa para oferecer café e água aos potenciais clientes, além de uma decoração acolhedora, irão fazer a diferença;

Não deve ser esquecido que é necessário haver um local para guarda e pequenos reparos ou manutenção do veículo.

Existem aplicativos que facilitam o contato com o cliente. É importante conhecê-los e identificar quais os mais adequados aos serviços prestados.

É importante que o veículo seja confortável, impecavelmente limpo e propicie um sentimento de segurança ao passageiro, o que é obtido, principalmente, por meio de uma condução suave.

6. Pessoal

O Serviço de transporte executivo pode ser feito por uma única pessoa. Se o empresário decidir trabalhar sozinho, deverá organizar seu tempo para cuidar da parte administrativa e ainda fazer a condução do veículo. Entretanto, se optar pela contratação de empregados, deve considerar a possibilidade de realizar uma seleção criteriosa do pessoal, uma vez que, contratar capacitação de pessoal logo no início do funcionamento do Serviço de transporte executivo pode ter um custo inacessível. Assim, são indispensáveis funcionários com experiência e capacitação operacional, que possuam as qualificações exigidas pela legislação, dominem técnicas de atendimento ao público, sejam simpáticos, honestos e disponíveis ao chamado dos clientes. É imprescindível que o empreendedor mantenha a qualidade no atendimento, atento a evitar e corrigir qualquer desvio no padrão dos serviços oferecidos.

A discrição, associado a uma postura simpática e cordial, são qualidades relevantes no motorista de um serviço de transporte executivo. Clientes que viajam sozinhos tanto podem querer descansar e dormir quanto podem querer explicações sobre a cidade, restaurantes, etc. Quando o serviço está transportando grupos de clientes, é comum que os clientes conversem entre si e se sintam insatisfeitos com a interferência do motorista, a menos que seja alguma consulta. Assim, o importante é que o motorista tenha a sensibilidade para perceber a situação e agir de acordo, sem permitir que conversas o distraiam do trânsito.

Além dessas características, podem ser citadas as seguintes competências necessárias aos funcionários de um serviço de transporte executivo:

- Controle emocional;
- Bom humor;
- Conhecimentos mínimos de etiqueta social;
- Gentileza;
- Prontidão;
- Conhecer os trajetos e percursos da localidade que o serviço será prestado;
- Conhecer informações sobre o local do percurso: história, curiosidades e informações da região sobre locais de alimentação, pontos turísticos etc.

A capacitação de profissionais envolvidos com o atendimento em serviços de transporte executivo deve estar direcionada para o desenvolvimento das competências citadas acima.

Para o empresário que optar por montar uma estrutura de pessoal para iniciar seu negócio, pesquisa realizada com empreendedores do setor aponta como sendo necessário, para um serviço de transporte executivo funcionar, pelo menos:

- Um recepcionista/telefonista;
- Um motorista;
- Um agente administrativo (em pequenos serviços de transporte executivo o dono costuma assumir os cargos de recepcionista e gerente administrativo).

Os níveis salariais básicos são definidos pelos sindicatos da categoria, neste caso o Sindicato dos Motoristas, e a partir daí cada serviço de transporte executivo deverá manter políticas que remunerem adequadamente os empregados, considerando-se os níveis de competências pessoais.

A atividade de motorista pode acarretar doenças ocupacionais. Devido à jornada extensa de trabalho, pode ocorrer a privação crônica de sono. Além disso, a constância de a dessincronização dos ritmos cardíacos pelo estresse do trânsito e no trato com o passageiro, alterações nos horários das refeições, alterações metabólicas, alterações comportamentais nocivas à saúde e estresse, existe uma alta prevalência de vida sedentária, hábitos alimentares inadequados e obesidade, assim como o grande número de fumantes e de hipertensos. Essas características podem causar problemas cardiovasculares. Os problemas ortopédicos também são frequentes, portanto é importante a adequação do veículo à melhor condição ergonômica para o profissional.

É recomendável a adoção de uma política de retenção de pessoal, oferecendo incentivos e benefícios financeiros ou não. Assim, o serviço de transporte executivo poderá prevenir índices elevados de rotatividade e obter vantagens como a criação de vínculo entre funcionários e clientes, diminuição de custos com recrutamento e seleção e demissões, e ainda poderá evitar o investimento de tempo em adaptação de novos funcionários.

O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e o treinamento adequado.

7. Equipamentos

Dependendo do serviço pode ser um veículo de luxo sedan ou uma van. O veículo de luxo sedan deve possuir ar condicionado e para agregar mais valor ao cliente, pode possuir TV digital e oferecer água. A van é um veículo para 08 a 19 passageiros, exceto o motorista.

Se o empreendedor desejar um veículo maior, deverá seguir legislação específica (ver item Legislação). Para o veículo sedan, várias cidades estão em processo de regulação. O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre a legislação.

Para estruturar um serviço de transporte executivo, o empreendedor optando pela criação de um "escritório virtual" sendo o próprio empresário o condutor do veículo, serão necessários os seguintes investimentos:

- Veículo:

- VAN Executiva (usada);
- Automóvel Sedan de Luxo (usado);
- TV digital para veículos (consultar item Legislação sobre instalação);
- Mini geladeira;

- Equipamentos e acessórios:

- Carrinho para transporte de bagagem;
- Ferramentas diversas para pequenas manutenções;
- Macaco hidráulico para troca de pneus;
- Aspirador de pó e outros materiais e utensílios para manutenção básica da limpeza dos veículos;

O empreendedor deverá verificar a conveniência e a relação custo x benefício da instalação de câmara filmadora no interior do veículo e de disponibilização de internet wifi e carregador de celular. Também deverá avaliar se existe necessidade de instalação de sistema de alarmes no escritório e garagem, bem como a contratação de seguro para equipamentos e suprimentos.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques apresenta particularidades de acordo com o tipo do negócio - comércio ou prestação de serviço. De qualquer forma, deve-se buscar a eficiência nesta gestão, sendo que o estoque de mercadorias deve ser suficiente para o adequado funcionamento da empresa, mas mínimo, para reduzir o impacto no capital de giro.

Fique atento, pois a falta de mercadorias pode representar a perda de uma venda. Por outro lado, possuir mercadorias estocadas por muito tempo é deixar dinheiro parado. É essencial o bom desempenho na gestão de estoques, com foco no equilíbrio entre oferta e demanda. Esse equilíbrio deve ser sistematicamente conferido, com base, entre outros, nestes três indicadores de desempenho:

1 - Giro dos estoques: número de vezes que o capital investido em estoques é recuperado por meio das vendas. É medido em base anual e tem a característica de representar o que

aconteceu no passado. Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

2 - Cobertura dos estoques: indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

3 - Nível de serviço ao cliente: demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, no varejo de pronta entrega (segmento em que o cliente quer receber a mercadoria ou o serviço imediatamente após a escolha), pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

No setor de serviços, o estoque ou matéria prima a ser utilizada é o conhecimento dos profissionais envolvidos. Neste caso, a gestão de estoques está relacionada às competências, cursos e capacidade que a equipe possui e oferece ao cliente. A matéria prima é também o veículo que irá fazer os transportes de clientes, bem como insumos que podem ser oferecidos aos clientes como cortesia: água, balinhas etc.

A mercadoria ofertada é o tipo de transporte de passageiros realizado em automóveis ou vans, com as seguintes possibilidades:

- Translado de pessoas de aeroportos para hotéis e de hotéis para aeroportos;
- Translado para eventos;
- Fretamento;
- Pequenas excursões, como por exemplo, city tour;
- Transporte de executivos e outros profissionais;
- Transporte de pessoas e grupos que tenham consumido bebida alcoólica em festas, bares e restaurantes.

O empreendedor deve visitar concorrentes, ouvir permanentemente seus clientes e fazer adaptações ao seu negócios ao longo do tempo.

9. Organização do Processo Produtivo

O serviço de transporte executivo tem um processo produtivo bem simples de ser operacionalizado. Entretanto, o fato de ser simples não significa que pode haver descuido. O empreendedor deve garantir conforto e segurança, atendimento impecável e rápido.

O processo todo se organiza da seguinte forma:

1. Recebimento da solicitação de translado: a solicitação de reserva pode vir diretamente do cliente por telefone, pessoalmente, por aplicativo ou site, se houver. Poderá ser ainda por meio de agentes de viagem ou de hotéis.

2. Definição da data, hora e percurso: esses dados devem ser anotados com atenção para um atendimento adequado.

3. Acordo de valores: combinar com o cliente o quanto deverá ser cobrado pelo traslado. É importante que se tenha uma tabela de preços por localidade/ distância.
4. Prestação do serviço: realização do traslado solicitado na data e horário definidos.
5. Emissão da nota ou cupom fiscal.
6. Recebimento dos valores acordados: de acordo com o que foi definido.
7. Higienização do veículo: lavagem, limpeza e higienização do veículo, deixando-o pronto para o novo atendimento.

Além disso o empreendedor deve se atentar em relação aos serviços administrativos e gestão financeira do negócio, que exigem organização e dedicação do empreendedor.

10. Automação

Uma tendência cada vez mais presente nas empresas que buscam o sucesso é automatizar as diversas atividades desenvolvidas. A automação melhora o dinamismo dos serviços oferecidos, reduzindo filas, tempo de espera, agilizando a emissão de notas fiscais, entre outros.

Pensando na gestão empresarial, o custo de aquisição para estes programas tem grande variação de preço e podem até ser encontrados em sites na internet, que oferecem downloads grátis ou junto a empresas especializadas a custos maiores - mas que oferecem suporte técnico. O importante é ser pesquisado junto a usuários e adequado à realidade da empresa.

No segmento de transportes, deve ser lembrado que para facilitar a vida do motorista e até mesmo dos passageiros, é comum a utilização de um Global Positioning System- GPS (sistema que determina a localização do veículo, sendo muito útil como item de segurança, por permitir o rastreamento do carro e fornecer mapas, auxiliando na localização de endereços e condições do trânsito). Atualmente os aplicativos de GPS têm vindo em centrais multimídia do veículo e no celular do motorista. Consulte o item Legislação sobre a instalação desse dispositivo e outros geradores de imagens.

Para agregação de valor no quesito automação, a instalação de TV digital, wifi e carregadores de celular dentro do veículo gera diferencial que tem sido cada vez mais reconhecidos pelos clientes.

É preciso analisar as reais necessidades da empresa de transporte executivo e a demanda do mercado antes de escolher os equipamentos e os programas de automação.

11. Canais de Distribuição

O canal de distribuição é a forma que o vendedor comercializa seu produto ou serviço ao usuário.

No caso do serviço de transporte executivo, são comuns os canais direto e indireto.

No canal direto, o cliente faz o contato por telefone ou pessoalmente solicitando os serviços da empresa.

No canal indireto alguma operadora de turismo ou hotel faz o contato com o serviço para o cliente.

Outro canal de distribuição bastante utilizado é o de vendas pela internet por site ou aplicativos especializados. Este recurso permite que o cliente pesquise preços, condições estruturais com imagens ilustrativas e tipos de veículos disponíveis e faça suas reservas com comodidade. Uber, Cabify e GoJanes são exemplos de aplicativos de contratação de serviços de transporte executivo.

Independentemente do canal de distribuição adotado, o sucesso de um negócio depende, principalmente, da capacidade de percepção de oportunidade do empreendedor e da sua agilidade para adaptar seus canais de distribuição, aproveitando tendências e criando novas formas de fazer seu serviço de transporte executivo ser conhecido por seus clientes.

12. Investimentos

O valor a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores, identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento. O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos. São investimentos iniciais comuns a uma empresa deste segmento:

Veículo

01

VAN Executiva (usada)

R\$ 80.000,00

01

Automóvel Sedan de Luxo (usado)

R\$ 50.000,00

01

TV digital para veículos

R\$ 200,00

01

Mini geladeira

R\$ 200,00

Equipamentos e acessórios

01

Carrinho para transporte de bagagem

R\$ 50,00

--

Ferramentas diversas para pequenas manutenções

R\$ 500,00

01

Aspirador de pó/ utensílios para manutenção básica da limpeza dos veículos

R\$ 250,00

01

Telefone

R\$ 100,00

--

Criação de Site

R\$ 1.000,00

--

Abertura da empresa (contador, taxas e impostos)

R\$ 2.000,00

TOTAL DE INVESTIMENTO CONSIDERANDO VAM EXECUTIVA

R\$ 84.300,00

TOTAL DE INVESTIMENTO CONSIDERANDO AUTOMÓVEL SEDAN DE LUXO

R\$ 54.300,00

A previsão de Faturamento médio mensal do Serviço de Transporte Executivo com as especificações acima gira em torno de R\$ 8.000,00.

Obs.: vale ressaltar que estes números são estimados, não devendo, portanto, dispensar uma pesquisa detalhada para cada projeto alinhada à elaboração de um Plano de Negócio.

Para dados mais detalhados é necessário saber exatamente quais serviços serão oferecidos pela empresa. Nesse sentido, aconselhamos ao empreendedor interessado em constituir esse negócio, a realização de um levantamento mais detalhado sobre os potenciais investimentos depois de elaborado seu plano de negócio (para elaboração do plano de negócio procure o Sebrae do seu estado).

Antes de montar sua empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função dos objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

13. Capital de Giro

O capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez nos ciclos de caixa. Funciona com uma quantia imobilizada (inclusive em bancos) para suportar as oscilações de caixa.

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento e quanto maior o prazo de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro do negócio. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

De uma forma prática, o capital de giro é o valor necessário em caixa para que a empresa possa arcar com seus compromissos financeiros sem precisar entrar no vermelho, ou seja, é o valor em dinheiro que a empresa necessita para cobrir todos os custos até que entre novamente dinheiro em caixa.

Para se chegar ao valor do capital de giro é necessário ter bem definido despesas futuras como custos fixos e financiamento de vendas (cartão de crédito, cheque ou nota promissória). Dado que os números do investimento inicial já consideram o escritório equipado e que não existem custos de reposição, por tratar de serviços, estima-se que o capital de giro pode variar entre 10 e 20% do investimento inicial, ou o suficiente para honrar o pagamento dos custos fixos por aproximadamente 3 meses. Esse montante será suficiente para dar início às atividades da empresa e financiar seus primeiros transportes ou até que tenha uma frequência de rendimentos mensais.

Atenção: Apesar de não ser necessário reposição de produtos, os equipamentos depreciam com o tempo e o empreendedor necessita fazer uma previsão para novos equipamentos.

14. Custos

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos serviços ou produtos quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa. Entre essas despesas, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

- Custos variáveis: São aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção.
- Custos fixos: São os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio.

Os gastos mensais realizados para operar o negócio devem ser estimados considerando os itens abaixo, no caso da empresa possuir um "escritório virtual":

Custos

Impostos 6% da Receita

R\$ 480,00

Contador

R\$ 950,00

Lavagem veicular

R\$ 300,00

Despesa preventiva de pequenos reparos

R\$ 300,00

Reserva mensal para reposição semestral de jogo de pneus

R\$ 150,00

Combustível: - Foi considerado uma média de 3.000 km por mês

R\$ 1.200,00
Seguro de Veículo VAN Executiva anual R\$ 3.500,00
R\$ 290,00
Seguro de Veículo Automóvel Sedan Luxo anual R\$ 2.500,00
R\$ 208,00
IPVA, Licenciamento Van Executiva anual R\$ 2.200,00
R\$ 208,00
IPVA, Licenciamento Automóvel Sedan Luxo anual R\$ 1.800,00
R\$ 150,00
Publicidade e Marketing
R\$ 300,00
Revisão mensal Van Executiva anual
R\$ 1.000,00
Revisão mensal Automóvel Sedan Luxo
R\$ 1.000,00
Custo total considerando como investimento Van Executiva
R\$ 5.178,00
Custo total considerando como investimento Automóvel Sedan Luxo
R\$ 5.038,00

Obs.: vale ressaltar que estes números são estimados, não devendo, portanto, dispensar uma pesquisa detalhada para cada projeto alinhada à elaboração de um Plano de Negócio.

Segundo empreendedores deste tipo de negócio, um dos principais custos que o empreendimento exige é o de combustível e manutenção preventiva, portanto, deve ser analisado com cuidado, evitando desperdícios.

O essencial é que se faça uma análise criteriosa de todas as despesas, buscando formas de minimizá-las sem prejudicar a qualidade dos serviços e produtos oferecidos pelo serviço de transporte executivo. Lembramos que estes custos são baseados em estimativas para uma empresa de pequeno porte. Aconselhamos ao empresário que queira abrir um negócio dessa natureza a elaboração de um plano de negócio com a ajuda do Sebrae do seu estado no sentido de estimar os custos exatos do seu empreendimento conforme o porte e os serviços oferecidos.

15. Diversificação/Aggregação de Valor

Identificar um diferencial em relação aos concorrentes e vê-lo reconhecido pelo consumidor significa vantagem para uma frente em relação à concorrência. Deve ser lembrado que um serviço de transporte executivo abrange uma larga faixa de público e visa comodidade, concorrendo com serviços de táxis ou transporte público.

Ciente disto, o empreendedor necessita estabelecer sua estratégia, podendo ser de custo ou de diferenciação.

Na estratégia de custos, onde o empreendedor pratica um preço bem mais baixo que os concorrentes, a empresa necessita ter grande escala de vendas para ter lucro, afinal, não possui a mesma margem de lucro que concorrentes mais caros.

Ao optar por esta estratégia, o cuidado com custos administrativos reduzidos deve ser

redobrado, pois estes custos irão impactar diretamente no resultado financeiro final.

Além disso, o preço precisa ser baixo, com alta taxa de ocupação dos veículos, os horários precisam ser otimizados, isto tudo para atender um público alvo consumidor que quer pagar menos, mas por um serviço adequado e que proporcione os mesmos resultados de um transporte mais caro.

Na estratégia de diferenciação, deve ser pensado em oferecer algum valor agregado ao seu cliente.

Em pesquisa realizada em 2006 referente à identificação de dimensões do serviço ao cliente relevantes à logística no setor de serviços, as características mais importantes apontadas foram:

- Competência (25%) – possuir conhecimentos adequados para o serviço;
- Cortesia (22%) – polidez, respeito, consideração e cordialidade no contato pessoal;
- Confiabilidade (15%) – baixa variabilidade nos níveis de serviços;
- Tangíveis (15%) – características físicas do serviço, aparência
- Segurança (11%) – ausência de riscos ou dúvidas envolvendo riscos físicos, financeiros e de confidencialidade;
- Hospitalidade (10%) - possuir um contato estreito e afetuoso com a direção da empresa, relação de amizade com determinados funcionários, conforto fisiológico e psicológico.

A agregação de valor acontece das mais diversas formas. Algo bastante comum é oferecer ar condicionado, bagageiro com espaço para equipamento de trabalho, DVD com som ambiente e frigobar com água gelada a bordo.

São exemplos de diferenciação:

- Garantir conforto térmico no interior do veículo;
- Oferecer acesso a internet sem fio (wi-fi) e carregador de celular;
- Seguro individual aos passageiros;
- Possuir bons e variados filmes no veículo para o caso de percursos muito longos (verificar legislação de direitos autorais sobre exibição com fins comercial);
- Manter informes sobre a cidade no veículo com indicações de restaurantes, eventos, etc.;
- Colocar cortinas nas janelas para controle de luminosidade;
- Oferecer ao cliente um excelente atendimento deixando-o satisfeito independentemente de oferecer vários itens de conforto;
- Capacitar os funcionários para estarem sempre dispostos a ouvirem e considerarem as opiniões dos clientes;
- Ter motoristas bilíngues.
- Viagens de curta-distância;
- Entrega de encomendas;
- Transporte para consulta médica (serviço de transporte para idosos ou doentes ao médico ou exame e retorno deste ao seu lar);
- Transporte com veículo blindado.

É importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar ao cliente um

produto diferenciado. Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante para o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, além de cativar novos.

O empreendedor deve manter-se sempre atualizado com as novas tendências, novas técnicas, novos métodos, através da leitura de jornais e revistas, programas de televisão ou através da Internet - principalmente redes sociais.

O conjunto formado por esses serviços compõe a proposta de atendimento deste negócio e deve ser encarado como um compromisso do empreendedor junto aos seus clientes.

Neste tópico foram apresentadas apenas algumas opções de diversificação/agregação de valor para um serviço de transporte executivo. Vale ressaltar que sempre é possível propor melhorias e novidades, para isso é indicado observar hábitos e ouvir as pessoas, com o objetivo de ampliar os níveis de satisfação dos clientes. Pesquisas com os clientes para saber sua satisfação são ótimas fontes de entender o que o cliente deseja.

16. Divulgação

A propaganda é um importante instrumento para tornar a empresa e seus serviços conhecidos pelos clientes potenciais. O objetivo da propaganda é construir uma imagem positiva frente aos clientes e tornar conhecidos os serviços oferecidos pela empresa.

O empreendedor deve ter em mente que as ações de divulgação devem ser feitas sob a ótica do cliente.

Para um empreendimento de pequeno porte, pode ser usada a distribuição de folhetos e folders em hotéis, empresas de eventos ou rodoviárias e aeroportos, divulgando os serviços e produtos que são ofertados.

Muitos proprietários de serviços de transfer destinam um percentual de 3% a 5% de seu faturamento para investimentos em publicidade, de forma análoga pode ser feito para o serviço de transporte executivo. No entanto, esse percentual não é a regra, o importante é dar atenção à divulgação do serviço.

Com criatividade é possível a utilização de formas simples e baratas de divulgação que atraiam os clientes. Entre as alternativas que demandam menos investimento pode-se citar:

- Utilização de mala direta com mensagens que lembram e divulgam o negócio;
- Distribuição de material informativo em pontos estratégicos como, por exemplo, hotéis, aeroportos, centros comerciais, agências de viagens;
- Site na Internet com fotos dos veículos e possibilidade de fazer reservas online;
- Páginas em redes sociais como Facebook e WhatsApp com fotos e depoimentos de clientes satisfeitos que recomendam a empresa;
- Distribuição de cartões de visita e folhetos.

O bom atendimento aliado ao conforto, segurança e boa localização, é uma receita de sucesso para qualquer serviço de transporte executivo. Clientes satisfeitos tendem a comentar com outras pessoas e não existe melhor propaganda que a tradicional “boca-a-boca”; barata e eficiente.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de Transporte Executivo, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4923/0-02 como a atividade de serviço de transporte de passageiros - locação de automóveis com motorista, poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições, instituído pela Lei Complementar nº 123/2006. Os pequenos negócios podem optar pelo Simples, desde que sua categoria esteja contemplada no regime, a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse **R\$ 480.000,00** (quatrocentos e oitenta mil reais) para micro empresa, **R\$ 4.800.000,00** (quatro milhões e oitocentos mil reais) para empresa de pequeno porte e sejam respeitados os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor de ME e EPP 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 Líquido);
- PIS (Programa de Integração Social);
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social);
- CPP (Contribuição Previdenciária Patronal);
- ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): para empresas do comércio
 - ISS (Imposto Sobre Serviços): para empresas que prestam serviços;
 - IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados): para indústrias.

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do Simples Nacional variam de acordo com as tabelas I a VI, dependendo das atividades exercidas e 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.

Caso a receita anual bruta não ultrapasse o montante dos **R\$ 81.000,00** (oitenta e um mil reais), o empreendedor poderá optar pelo regime denominado MEI (Microempreendedor Individual), **desde que** não possua e não seja sócio de outra empresa. Para que possa se enquadrar como MEI, o CNAE de atividade deve constar e ser tributado de acordo com o disposto na tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm>). Nesse caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos

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:

- Retenção empregado - 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolso patronal - 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 esse 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 n°s 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional n° 94/2011.

Para os empreendedores que preferem não optar pelo Simples Nacional, há os regimes de tributação abaixo:

- Lucro Presumido: É o lucro que se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. Trata-se de uma forma de tributação simplificada utilizada para determinar a base de cálculo dos tributos das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. Nesse regime, a apuração dos impostos é feita trimestralmente.

A base de cálculo para determinação do valor presumido varia de acordo com a atividade da empresa. Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x % (percentual da atividade), aplica-se as alíquotas de:

- IRPJ - 15%. Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;
- CSLL - 9%. Não há adicional de imposto.
- PIS - 1,65% - sobre a receita bruta total, compensável;
- COFINS - 7,65% - sobre a receita bruta total, compensável.

Incidem também sobre a receita bruta os impostos estaduais e municipais:

- ICMS - Em regra geral, as alíquotas variam conforme o estado, entre 17 e 19%. Alguns produtos ou serviços possuem alíquotas reduzidas ou diferenciadas.

onda a empresa estiver sediada, entre 2 e 5%.

Além dos impostos citados acima, sobre a folha de pagamento incidem as contribuições previdenciárias e encargos sociais (tanto para o lucro real quanto para o lucro presumido):

- INSS - Valor devido pela Empresa - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;
- INSS - Autônomos - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS).
- FGTS – Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

Recomendamos que o empreendedor consulte sempre um contador, para que ele o oriente sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequado ao seu caso.

18. Eventos

Go Ahead Praxio Carga e Logística.

Site: <https://materiais.praxio.com.br/go-ahead-carga-e-elogistica>

Encontro das Empresas de Transporte de Passageiros e Turismo

Site: <http://www.portalfresp.org.br>

TRANSPOSUL – Feira e Congresso de Transporte e Logística

Site: <http://www.transposul.com/>

Cursos

O Serviço Social do Transporte (SEST) e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (SENAT) são entidades civis sem fins lucrativos criadas com o objetivo de valorizar os trabalhadores do setor de transporte e possui presença em todos os estados brasileiros. Na área educacional, o SEST/SENAT possui diversos programas de aprendizagem, que incluem preparação, treinamento, aperfeiçoamento e formação profissional na área de transporte. A lista de cursos e locais onde são ministrados está disponível em <http://www.sestsenat.org.br/Paginas/Educacao.aspx>. Acesso em 10 novembro 2019.

19. Entidades em Geral

ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagem

Site: <http://www.abav.com.br/>

ABRATI – Associação Brasileira Das Empresas de Transporte Terrestre de Passageiros

Site: <http://www.abrati.org.br>

CNT - Confederação Nacional do Transporte

Site: <http://www.cnt.org.br>

CONTRAN / DENATRAN – Conselho Nacional de Trânsito e Departamento Nacional de Trânsito.

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

EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo

Site: <http://www.turismo.gov.br/>

ANTTUR - Associação Nacional dos Transportadores de Turismo e Fretamento

MINISTÉRIO DO TRANSPORTE

Site: <http://www.transportes.gov.br>

SEST - Serviço Social do Transporte e SENAT - Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte.

Site: <http://www.sestsenat.org.br>

20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para um serviço de transporte executivo

Não existem normas específicas para este negócio.

2. Normas aplicáveis na execução de um serviço de transporte executivo

Nota: Normas Técnicas que podem ser utilizadas na área administrativa e de recepção.

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as

expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida:2005 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

A norma técnica ABNT NBR 15284:2005 Turismo - Motorista de táxi - Competência de pessoal também é aplicável ao negócio.

21. Glossário

AVALIAÇÃO PSICOLÓGICA - É um exame de caráter eliminatório para avaliar a personalidade, as aptidões percepto-motoras e racionais e o nível mental do motorista. Ele é exigido para a concessão da Autorização para Conduzir Ciclomotor (ACC) e da Carteira Nacional de Habilitação, e também na renovação de carteira de motorista que exerce serviço remunerado de transporte de pessoas ou bens, e na substituição do documento de habilitação obtido em país estrangeiro. A avaliação psicológica também pode ser solicitada pela perícia do Detran.

CATEGORIA de HABILITAÇÃO - É a habilidade e a responsabilidade que se requer do condutor, em função da utilização do tipo de veículo que ele dirigirá. O art. 143 do Código de Trânsito Brasileiro dispõe que os candidatos poderão habilitar-se nas categorias de A a E, abaixo discriminadas:

- I – Categoria A – condutor de veículo motorizado de duas ou três rodas, com ou sem carro lateral;
- II – Categoria B – condutor de veículo motorizado, não abrangido pela categoria A, cujo peso bruto total não exceda a três mil e quinhentos quilogramas e cuja lotação não exceda a oito lugares, excluído o do motorista;
- III – Categoria C – condutor de veículo motorizado utilizado em transporte de carga, cujo peso bruto total exceda a três mil e quinhentos quilogramas;
- IV – Categoria D – condutor de veículo motorizado utilizado no transporte de

passageiros, cuja lotação exceda a oito lugares, excluído o do motorista;

- V – Categoria E – condutor de combinação de veículos em que a unidade tratora se enquadre nas Categorias B, C ou D e cuja unidade acoplada - reboque, semirreboque ou articulada - tenha seis mil quilogramas ou mais de peso bruto total, ou cuja lotação exceda a oito lugares, ou, ainda, seja enquadrada na categoria trailer.

CATEGORIA DE VEÍCULOS - Existe vários tipos de categoria para diferentes tipos de veículos (consultar o Código de Trânsito Brasileiro). As principais são:

- Aluguel - O veículo é utilizado para transporte remunerado de carga ou passageiro.
- Particular - Utilização do veículo para fins particulares.

EMPRESA CONTRATANTE: representa a pessoa jurídica do contratante de serviços de transporte. Possui responsabilidades como: gestor de viagens, que organiza as viagens de toda a companhia; gestor de centro de custo, que autoriza despesas com viagens para um centro de custo da companhia; solicitante de viagem, que faz as requisições de viagens no sistema.

LOTAÇÃO - Carga útil máxima (incluindo condutor e passageiros) que o veículo pode transportar. A carga é expressa em quilogramas, para os veículos de carga, ou em número de pessoas, no caso de veículos de transporte coletivo.

MOTORISTA: pessoa física que conduz o veículo.

PASSAGEIRO: pessoa física que é transportada.

TRANSPORTADOR: representa a pessoa jurídica do transportador. Papéis: gerente de operações, que organiza a viagem; gerente financeiro, que organiza os faturamentos.

22. Dicas de Negócio

O motorista não pode descuidar da saúde, já que fica praticamente 12 horas sentado na mesma posição. Problemas como lesão por esforço repetitivo, varizes e dores na coluna devido à má postura podem ser prevenidos com atividades físicas e alimentação equilibrada.

O estresse devido ao trânsito ainda é o maior inimigo dos motoristas. Uma forma de minimizar os seus efeitos e relaxar são as sessões de RPG (reeducação postural global) com um fisioterapeuta.

O exame de acuidade visual deve ser realizado com frequência. Usar protetor solar e óculos de sol de boa qualidade também fazem parte dos cuidados preventivos.

A manutenção do carro é importante. Devido ao desgaste, já que muitos veículos rodam praticamente 24 horas por dia.

A dedetização do veículo com produtos seguros após a higienização é importante para a manutenção da qualidade de vida do motorista e dos clientes. Manter o ambiente limpo e livre de qualquer situação desagradável agrega qualidade para o passageiro e aumenta as chances de seu retorno.

Denunciar a exploração sexual de crianças e de adolescentes bem como não aceitar

translado de pessoas para locais onde sabidamente tais práticas ocorram, é uma importante forma de garantir a credibilidade do negócio e cumprir com a responsabilidade social. É importante que seja feito o seguro para o veículo e os passageiros, com cobertura para furtos e outras avarias.

A escolha dos fornecedores, como por exemplo, fornecedores de pneus, lubrificantes, peças para reparos, etc., é importante, por isso é fundamental que se faça uma boa pesquisa para selecionar os melhores preços e a melhor qualidade.

Podem ser tomadas algumas providências que ajudem a diminuir o valor dos custos fixos, como por exemplo:

- Optar por locais em que o aluguel tenha um preço menor, desde que não prejudique a competitividade e que tenha uma boa relação custo/benefício;
- Optar por planos de telefone com custos mais baixos;
- Manter uma equipe de pessoal reduzida, porém eficiente.

23. Características Específicas do Empreendedor

Além de estar devidamente habilitado com sua CNH em dia, o motorista deve reunir características pessoais tais como:

- Gostar de dirigir;
- Ter atenção e respeitar as regras de trânsito;
- Conhecer bem a cidade onde trabalha;
- Comunicar-se de maneira eficaz com os passageiros e estar apto a fornecer qualquer informação sobre os pontos turísticos da cidade;
- Ser prestativo, paciente e cordial, especialmente com pessoas idosas ou deficientes no seu acesso e desembarque do veículo;
- Possuir senso de limpeza e manter o seu veículo em bom estado de conservação;
- Apresentar-se adequadamente vestido e asseado para o trabalho.

É importante que o empreendedor tenha aptidão para o negócio e vontade de aprender buscando informações em cursos, livros e revistas especializadas ou junto a pessoas que atuam na área.

Outras características importantes, relacionadas ao risco do negócio, podem ajudar no sucesso do empreendimento:

- Busca constante de informações e oportunidades.
- Iniciativa e persistência.
- Comprometimento.
- Qualidade e eficiência.
- Capacidade de estabelecer metas e assumir riscos.
- Planejamento e monitoramento sistemáticos.
- Independência e autoconfiança.
- Senso de oportunidade.
- Conhecimento do ramo.
- Liderança.

- Espírito cooperativo.

Além dessas características básicas é muito importante que os profissionais que atuam diretamente com o público, como é o caso, saibam lidar bem com os clientes sendo simpáticos e agradáveis para garantir a sua fidelidade e ganhar sua confiança.

Pesquisando e observando seus concorrentes, conhecendo bem o gosto de seus clientes, o empreendedor conseguirá desenvolver diferenciações em sua oferta de serviços.

É necessário estudar bem o assunto e a estratégia de mercado para poder desenvolver sensibilidade e flexibilidade para rápida adaptação às necessidades e encantamento de clientes.

24. Bibliografia Complementar

AIUB, George Wilson et al. Plano de Negócios: serviços. 2. ed. Porto Alegre: Sebrae, 2000.

ANDERSON, Chris. A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ANTP. 1997. Transporte Humano: cidades com qualidade de vida. Coordenadores: A.B.Pires, E.A. Vasconcelos, A.C. Silva. Apresentação Rogério Belda. ANTP. São Paulo.

Cruz, R.M, Hoffmann, M., Alchieri, J.C Comportamento Humano no Trânsito. São Paulo. Casa do Psicólogo. 2003.

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

DAUD, Miguel; RABELLO, Walter. Marketing de Varejo: Como incrementar resultados com a prestação de Serviços. São Paulo: Artmed Editora, 2006.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luisa. 14. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

GHEMAWAT, Pankaj. A estratégia e o cenário dos negócios: texto e casos. Bookman, Porto Alegre, 2000.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LOVELOCK, Christopher e WRIGHT, Lauren. Serviços – Marketing e Gestão. Ed. Saraiva. São Paulo, 2003.

SIMIONATTO, Taiar. Identificação de dimensões do serviço ao cliente relevantes à logística no setor de serviços. Campinas, SP: [s.n.], 2006.

Referências Eletrônicas:

A corrida dos taxis - <http://exame.abril.com.br/pme/a-corrída-dos-taxis-2/> Acesso em dezembro/2016

A qualidade do transporte público no Brasil e os protestos -

<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/a-qualidade-transporte-publico-no-brasil-os-protestos.htm> Acesso em dezembro/2016

Ideias de Negócios – Como atuar como taxista.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-atuar-como-taxista,26497a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em dezembro/2016

Ideias de Negócios – Como montar um serviço de transfers.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-servico-de-transfers,a0f87a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em dezembro/2016

Motoristas estão expostos a risco por causa do trabalho.

http://www.protecao.com.br/noticias/doencas_ocupacionais/motoristas_estao_expostos_a_risco_por_causa_do_trabalho/J9jyJja/3504 Acesso em dezembro/2016

Motoristas não encontram vagas de estacionamento nas grandes cidades do Brasil

<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2011/02/motoristas-nao-encontram-vagas-de-estacionamento-nas-grandes-cidades-do-brasil.html> Acesso em dezembro/2016

Orientações sobre EAR na CNH – Detran.

http://www.detran.rj.gov.br/_documento.asp?cod=3984 Acesso em dezembro/2016

Pesquisa CNT – Perfil dos taxistas 2016

http://cms.cnt.org.br/Imagens%20CNT/PDFs%20CNT/Pesquisa%20CNT%20Perfil%20dos%20Taxistas/Pesquisa_CNT_Perfil_dos_Taxistas_2016.pdf Acesso em dezembro/2016

Preços Ford Fusion - <http://www.icarros.com.br/tabela-fipe/ford-fusion/15,881.html> Acesso em dezembro/2016

Resolução Contran 242

http://www.denatran.gov.br/download/Resolucoes/RESOLUCAO_CONTRAN_242.pdf
Acesso em dezembro/2016

Saiba como utilizar a calculadora que projeta valores de carro, taxi ou Uber.

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/11/1709388-saiba-como-utilizar-a-calculadora-que-projeta-valores-de-carro-taxi-ou-uber.shtml> Acesso em dezembro/2016

Salvador é a segunda cidade do país com maior aumento de engarrafamento nos últimos 20 anos. - <http://www.correio24horas.com.br/detalhe/noticia/salvador-e-segunda-cidade-do-pais-com-maior-aumento-de-engarrafamento-nos-ultimos-20-anos/> Acesso em dezembro/2016

Uber obriga inclusão de EAR em CNH - <http://clinicarcnh.com.br/cnh-uber-inserir-ear-exerce-atividade-remunerada-motorista/> Acesso em dezembro/2016.

ANTTUR - Associação Nacional dos Transportadores de Turismo e Fretamento -

<http://www.anttur.org.br/agendas> Acesso em novembro/2019.

fresp – Federação das Empresas de Transportes de Passageiros por Fretamento e Turismo -

<https://g1.globo.com/carros/noticia/lei-seca-ficou-mais-rigida-nos-ultimos-anos-veja-o-que-pode-e-o-que-nao-pode.ghtml> - Acesso em novembro/2019.

<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2018/09/18/paulistano-demora-quase-3-horas-por-dia-no-transito-e-88-dos-pedestres-se-sentem-inseguros-diz-pesquisa.ghtml> - Acesso em novembro/2019.

<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/trabalhadores-brasileiros-percorrem-16-km-e-demoram-40-minutos-para-chegar-ao-trabalho-aponta-pesquisa-mobilidade-alelo-shtml>
Acesso em novembro/2019.

25. Produtos e Serviços - Sebrae

Aproveite as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800.

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos online e gratuitos - <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

Para desenvolver o comportamento empreendedor.

Empretec - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado: <http://goo.gl/SD5GQ9>

Para quem quer começar o próprio negócio

As soluções abaixo são úteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar.

Plano de Negócios - O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa: <http://goo.gl/odLojT>

Para quem quer inovar

Ferramenta Canvas online e gratuita - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado: <https://www.sebraecanvas.com/#/>

Sebraetec - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação: <http://goo.gl/kO3Wiy>

ALI - O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas



empresas de pequeno porte: <http://goo.gl/3kMRUh>.

