

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO EMPRESAS**

**DANIELA DUARTE CORREIA**

**ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA PARA ABERTURA DE UMA OFICINA  
MECÂNICA DE MANUTENÇÃO DE ÔNIBUS EM CRICIÚMA-SC.**

**CRICIÚMA  
2015**

**DANIELA DUARTE CORREIA**

**ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA PARA ABERTURA DE UMA OFICINA  
MECÂNICA DE MANUTENÇÃO DE ÔNIBUS EM CRICIÚMA-SC.**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no Curso de Administração de Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Orientador: Prof. Esp.. Joelcy José Sá Lanzarini

**CRICIÚMA**

**2015**

**DANIELA DUARTE CORREIA**

**ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA PARA ABERTURA DE UMA OFICINA  
MECÂNICA DE MANUTENÇÃO DE ÔNIBUS EM CRICIÚMA-SC.**

Monografia apresentada para a obtenção do  
Grau de Bacharel em da Universidade do  
Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 24 de Junho de 2015.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Joelcy – Especialista– Orientador - (UNESC)

---

Prof. Rosimere de Oliveira– Mestre - (UNESC)

---

Prof. Valtencir Pacheco- Especialista - (UNESC)

## **DEDICATÓRIA**

Aos meus pais, companheiro e irmãos que com muito empenho acreditaram em mim e me ajudaram de todas as maneiras a concluir o curso.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pelas graças concedidas, a minha força de vontade e determinação por ter tomado a decisão de trocar de estado e sair do emprego para realizar o sonho da faculdade mesmo distante dos amigos.

Agradeço a minha mãe que naquela manhã de sábado na qual eu estava com o carro pronto para partida onde passaria quatro anos há 365 km de distancia, sendo que desde os meus 29 anos de vida nunca havia passado mais que um mês longe da mesma, que mesmo diante as minhas lágrimas que se tornaram constantes na hora que entrei no carro, ela se manteve forte me incentivando e pedindo para manter a calma, a veia guerreira do meu coração. Depois de meses ela me confidenciou que após minutos da minha partida não conteve as lagrimas então foi cortar cebola para disfarçar.

Agradeço ao Sr. Gilberto meu grande pai, que tinha um sonho em ver os seus filhos formados e sempre incentivou aos estudos, hoje ele não está presente, mas está no meu coração e acredito que onde esteja com certeza está orgulhoso.

Mas eu vim e aguentei cada saudade cada ida para minha cidade alegre e a cada volta aos prantos. O tempo passa, amadurecemos e aparecem pessoas maravilhosas para te dar apoio, como Jaqueline Duarte, Ivonete Formiga, Solange Formiga que sempre me apoiaram e me receberam com muito carinho em suas casas. A Jaqueline agradecimento especial que foi embora para o Rio Grande e voltou quando percebeu que eu estava aflita em Criciúma.

Agradeço imensamente a Camila Formiga que durante aproximadamente dois anos e meio me deu carona de moto, no frio e me esperava sempre alegre e quando chovia ela arrumava maneira de eu não me molhar na volta, me ajudou muito em trabalhos e me incentivou muito a não desistir com sua frase padrão: “A gente dá um jeito titia”. E não é que sempre deu certo.

Agradeço a minha grande amiga Ana Karla Pereira, a Karlinha sempre incentivando me ajudando a estudar e sempre: “Não desiste Dani já veio até aqui agora tu consegues”. Apesar dos desentendimentos nos trabalhos, obrigada. A Monique que passou esses quatro anos sentada no mesmo lado da sala comigo e local estrategicamente se nos separávamos a aula não estava boa, me ajudou muito também.

Agradeço a minha sogra Ivonete Pirola, pois sem ela a conclusão do curso ficaria impossível, pois a mesma cuidou do meu filho as noites, fez o meu jantar e me aguardava a cada noite para me passar as façanhas do Davi.

Agradeço aos meus colegas de trabalho Mariana, Karina e Janice que quando pensei em desistir elas sempre incentivaram a continuar e me apoiando.

Agradeço ao meu companheiro Marcelo Pirola que se empenhou no último ano a chegar pontualmente em casa para cuidar do nosso filho Davi, cada madrugada que ele acordava e sem ajuda cuidou do menino, a cada mamadeira, momento de distração tudo para eu poder realizar a conclusão do curso. Obrigada a cada palavra sua: “Amor à prioridade é a sua faculdade”.

Agradeço ao meu orientador Joelcy que sempre se fez prestativo, sempre me ajudou e juntos buscamos alternativas ele acreditou que este trabalho era possível desde o início a cada hora após seu horário que ficamos analisando planilhas e elaborando teses para este trabalho.

Agradeço a todos meus professores, pois sem os conhecimentos deles me transmitidos eu nunca teria adquirido o conhecimento necessário para chegar nessa etapa da faculdade.

Agradeço as empresas de turismo da Cidade de Criciúma que me receberam e que responderam meu questionário mesmo eu percebendo o quanto corrido estava para os empresários.

## RESUMO

DUARTE, Daniela. **Análise da viabilidade econômica para abertura de uma oficina mecânica de manutenção de ônibus em Criciúma-SC 2015**. Monografia do Curso de Administração de Empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense-UNESC.

A procura das pessoas pelas empresas turísticas da região de Criciúma tem se mostrado em crescimento. Devido a essa demanda vem aumentando os problemas das empresas que trabalham com turismo rodoviário, pois as mesmas não possuem um local adequado para a manutenção preventiva e corretiva e também local para ajustes necessários nos veículos para adquirir os devidos selos para rodagem. As empresas precisam estar cada vez mais adequadas para atender os seus clientes de forma eficiente. Diante disto o presente estudo teve como objetivo analisar a viabilidade econômica e financeira para abertura de uma oficina mecânica especializada em ônibus e micro ônibus na cidade de Criciúma. Com relação à metodologia utilizada, o trabalho caracterizou como uma pesquisa descritiva quanto aos fins de investigação, bibliográfica e de campos, quanto aos meios de investigação. A população foi delimitada por 30 empresas turísticas da região obtendo retorno de 15 empresas. O estudo foi caracterizado pela coleta de dados primários e técnica de coleta de dados quantitativa. O instrumento utilizado para coleta de dados foi o questionário aplicado via *Google Doc's*, enviado diretamente para as empresas turísticas e foi aplicado diretamente nas empresas que se prontificaram a responder no dia da visita. A análise dos dados foi basicamente quantitativa. Verificou-se que as empresas em geral possuem uma quantidade grande de veículos e fazem muitas viagens, porém não possuem local adequado para manutenção especializada e a falta de profissionais disponíveis para essa manutenção.

**Palavras-chave:** Ônibus. Turismo. Rodovias. Manutenção.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Características Básicas do Empreendedor.....	16
Quadro 2 – Descrição da Malha Rodoviária Nacional..	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Quadro 3 – Estruturação da População Alvo. ....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Quadro 4 – Possíveis Clientes. ....	33
Quadro 5 – Investimento Inicial. ....	39
Quadro 6 – Fontes de Usos e Aplicações .....	40
Quadro 7 – Previsão de Receitas.....	41
Quadro 8 – Demosntrativo do Faturamento. ....	30
Quadro 9 – Custos Fixos.....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Quadro 10 – Custos Variáveis.....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Quadro 11 – Fluxo de Caixa.....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Quadro 12 – Demosntração do Resultado do Exercício.....	45
Quadro 13 – Análise Financeira. ....	44



## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	11
1.2 SITUAÇÃO PROBLEMA .....	12
1.2 OBJETIVOS .....	13
1.2.1 Objetivo geral .....	13
1.2.2 Objetivos específicos .....	13
1.3 JUSTIFICATIVA .....	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....	15
2.1 EMPREENDEDORISMO .....	15
2.1.1 Micro e Pequenas Empresas .....	17
2.1.2 Viabilidade do Negócio .....	17
2.2 TURISMO E LAZER .....	18
2.2.1 Cenário Econômico Brasileiro e Suas Influências no Turismo .....	20
2.2.2 Transportes de turismo .....	21
2.3 VEÍCULOS OFERECIDOS PELAS EMPRESAS DE TURISMO RODOVIÁRIO DE CRICIÚMA. ....	23
2.3.1 A MALHA RODOVIARIA BRASILEIRA EM RELAÇÃO A FROTA DE TRANSPORTE TURISTICO.....	25
2.3.2 <i>Serviços de manutenção de ônibus</i> .....	26
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	28
3.1 DELINEAMENTOS DA PESQUISA .....	28
3.2 DEFINIÇÕES DA ÁREA OU POPULAÇÃO-ALVO .....	29
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS.....	31
3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS. ....	32
4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA. ....	34
4.1 IDENTIFICAR POSSÍVEIS CLIENTES.....	34
4.2 MENSURAR O VOLUME DE SERVIÇOS. ....	36
4.3 ESTIMATIVA DO INVESTIMENTO.....	40
4.3.1 RECEITAS, CUSTOS E DESPESAS.....	42
4.3.2 ANÁLISE DA VIABILIDADE DA IMPLANTAÇÃO DO PROJETO.....	47

5 CONCLUSÃO.....49  
REFERÊNCIAS.....51  
Apêndice .....56

## 1 INTRODUÇÃO

O transporte rodoviário é o meio de transporte mais utilizado no País o turismo rodoviário é muito importante para economia tanto em aspectos globais, regionais ou locais.

O Brasil possui uma extensa malha rodoviária que liga o país todo e também a países vizinhos.

O ônibus é o meio de transporte que carrega um grande número de pessoas não só no turismo como também para viagens de compras e empresariais.

As empresas turísticas da região vêm investindo muito em veículos confortáveis e com muita tecnologia sendo que o passageiro pode alugar o veículo, escolhe um roteiro e assim convida os familiares e ou amigos para viajar para os mais diversos destinos.

O turismo rodoviário é um tipo de turismo econômico, a terceira idade tem procurado muito o turismo, os jovens procuram bastante devido ao turismo de aventura, as faculdades e universidades região fretam muitos veículos para viagens científicas, o time do futebol utiliza sempre os veículos, quando há eventos na cidade de modo geral, os veículos rodoviários são muito cogitados para longas viagens e pequenos deslocamentos na região, devido ao número de aposentados presentes no País, o governo incentiva muito o turismo concede empréstimos, descontos para a interação social que o turismo oferece e o lucro para economia local que recebe os viajantes. (Ministério do Turismo, 2014).

Porém as empresas enfrentam muitos problemas com sua frota de veículos o que gera prejuízo muitos transtornos para os viajantes como quebras e problemas mecânicos.

Na cidade de Criciúma não possui empresas especializadas somente nestes veículos devido a esse empecilho para as empresas de ônibus que não possuem oficina própria e também a falta de profissional para fazer o reparo com qualidade e comprometimento.

O presente trabalho vem ajudar os empresários do turismo rodoviário de pessoas, analisando a viabilidade para abertura de uma oficina mecânica especializada em ônibus e micro ônibus na cidade de Criciúma.

A monografia foi estruturada em cinco capítulos, aonde o primeiro destaca

as situações problemas, objetivo geral e específico e a justificativa para o desenvolvimento do estudo. No segundo capítulo se encontra a fundamentação teórica, aonde se destaca autores e publicações relevantes sobre a relação ao tema do estudo.

Os procedimentos metodológicos utilizados para aplicação da pesquisa diretamente com as empresas do setor rodoviário turístico de Criciúma estão detalhadamente no terceiro capítulo.

No quarto capítulo estão os dados coletados com a pesquisa e expostos de formas de tabela e ou gráficos para fácil interpretação com suas devidas análises respondendo cada pergunta apresentada no estudo. Na finalização do trabalho encontram-se a conclusão, referencias e anexo e o apêndice no qual estará o instrumento da coleta de dados.

## 1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

Os serviços de transportes rodoviários intermunicipais e internacionais de passageiros no Brasil são responsáveis por uma grande movimentação de pessoas.

O turismo rodoviário está com crescimento no País devido a ações do governo em parceria com o ministério do turismo criou programas para incentivar o turismo interno, a inclusão social, visando o fortalecimento do mercado interno.

A estrutura da malha rodoviária brasileira não ajuda muito para alavancar de vez o turismo rodoviário, pois muitas vezes o ônibus quebra na estrada o que gera desconforto e atrasos para os passageiros.

Outro item gerador de custos nas empresas são os vandalismos dos turistas que causam grandes prejuízos no fim da viagem.

A Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) é o órgão competente que fiscaliza e concede autorização para empresas devidamente credenciadas para fazer as vistorias nos veículos e conceder as liberações anuais para a rodagem.

Conforme incentivo do governo e o aumento da procura pelos serviços de transportes rodoviários de passageiros, surgem juntamente à necessidade das empresas de ônibus buscarem serviços especializados para dar a manutenção e adequação dos seus veículos, para adequarem na legislação exige para a rodagem.

Como em geral a grande maioria das empresas de turismo da região tem um número reduzido de ônibus, não é viável que mantenham uma estrutura e equipe exclusiva para fazer tais manutenções, pois se torna um custo desnecessário.

Devido à falta de mão de obra qualificada e espaço físico que comporte um ônibus para os serviços necessários nos veículos é que surge a ideia da abertura de uma oficina especializada em manutenção de ônibus na região, que estaria oferecendo para as empresas rodoviárias de passageiros serviços específicos conforme a necessidade de cada uma delas.

Diante desta situação, chega-se ao seguinte problema de pesquisa: há viabilidade econômica para abertura de uma oficina mecânica de ônibus rodoviário em Criciúma-SC?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo geral

Analisar da viabilidade econômica para abertura de uma oficina mecânica de ônibus em Criciúma-SC

### 1.2.2 Objetivos específicos

- a) Identificar público alvo;
- b) Mensurar o volume de serviços (pesquisa de mercado);
- c) Levantar investimentos necessários para abertura do empreendimento;
- d) Projetar receitas, custos e despesas;
- e) Fazer a análise de viabilidade da implantação do projeto em estudo.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

O objetivo principal deste estudo é analisar a viabilidade de abertura de uma empresa de manutenção de ônibus em geral na cidade de Criciúma Santa Catarina.

A escolha deste estudo no ramo de transportes rodoviário de pessoas surgiu devido à acadêmica ter um familiar que atua no segmento de manutenção de ônibus há treze anos, no qual é muito procurado pelas empresas da cidade para prestar tais serviços.

Devido à deficiência de mão de obra e um ambiente físico próprio para fazer a manutenção nos seus veículos, fazer o estudo da viabilidade de implantação da empresa especializada na manutenção de ônibus é uma forma de verificar se o empreendimento será viável ou não.

Com o estudo da pesquisa proposta será possível analisar os custos totais do investimento e também o interesse das empresas de ônibus quanto à possibilidade de estar levando seus veículos até o local da especializada.

Portanto o desenvolvimento deste estudo tem a própria autora como principal interessada na análise dos resultados.

Este estudo irá beneficiar as empresas de transportes rodoviários de passageiros da região, a universidade terá um estudo para futuras pesquisas sempre que necessário.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente capítulo refere-se à fundamentação teórica, mediante a pesquisa bibliográfica em embasamento científico.

Serão contemplados conceitos, definições, dados técnicos e dados financeiros acerca do investimento, onde o foco principal é a viabilidade de abertura da oficina especializada em ônibus e micro ônibus rodoviários de pessoas.

### 2.1 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é uma área do conhecimento que vem se mostrando de grande importância para o desenvolvimento social e econômico de uma região, pois potencializa a criação de novos negócios.

De acordo com Baron e Scott (2007, p.6) o empreendedorismo, como uma área de negócio, busca entender como surgem às oportunidades para criar algo.

Para Bernardi (2003) A implantação de um empreendimento pode surgir de habilidades, gosto e outras características do indivíduo, por pessoas que não tem conhecimento nenhum do ramo, porém inovam ou criam algo diferente de mercado.

Empreendedor é a pessoa que inicia e ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e não deixando de estar sempre inovando. (CHIAVENATTO, 2005).

O termo empreendedor vem do Francês *entrepreneur* – significa aquele que assume riscos e começa de novo. (CHIAVENATTO, 2005).

Termo Francês no século XVI era empregado às pessoas que se aventuravam buscando oportunidades no Novo Mundo, sem imaginar o que os aguardava. Já no século XVIII era chamado como processo de desafiar algo desconhecido no âmbito de negócios e nos mercados em geral. (ZENI, 2002).

Para Bernardi (2003) a ideia do empreendedorismo surge da observação, percepção análise de atividades, tendências e desenvolvimento na cultura da sociedade, nos hábitos sociais e de consumo.

Marco Polo é considerado o primeiro exemplo de empreendedorismo, que procurou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Sendo empreendedor firmou um contrato com um indivíduo que possuía bens financeiros a fim de vender a mercadoria deles. (DORNELAS, 2005).

Chiavenatto (2005), podemos identificar três características básicas que identificam o espírito empreendedor:

Quadro 1: Características básicas do empreendedor.

NECESSIDADE DE REALIZAÇÃO	DISPOSIÇÃO PARA ASSUMIR RISCOS	AUTOCONFIANÇA
Assumir riscos sem medo de errar buscam responsabilidades para si mesmas e sentem necessidade de empreender.	Ao abrir o próprio empreendimento, assume riscos, como riscos financeiros ao investir seu capital, tem que deixar para trás a segurança de um salário fixo e estar preparado para encarar o mercado dos negócios.	Esta característica ajuda a ter domínio de situações de risco e defini-las com segurança na hora certa e no momento certo.

Fonte: Elaboração própria (2015).

Segundo Dornelas (2001), o empreendedorismo ganhou força no Brasil a partir da década de 1990, com abertura da economia que propiciou criação de entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas) e a SOFTEX (Sociedade Brasileira de para Exportação de Software). Antes do surgimento do SEBRAE a economia já passava por problemas sendo meio impossível o sucesso, mas com o passar do tempo à economia foi se aprimorando tornando o Brasil um local favorável para abertura de uma empresa.

Com a concorrência dos produtos importados algumas empresas passaram dificuldades, com isso as empresas de todos os tipos tiveram que inovar para torna-se concorrente e conquistar um maior crescimento. O governo iniciou várias transformações para ter maior controle da inflação, com o passar nos anos o país obteve respeito, estabilidade e planejamento (DORNELAS, 2005).

Não há um tema global referente ao empreendedorismo, mas vários entendimentos vindos de diferentes áreas de estudo como: a administração, economia, psicologia e antropologia. (VIRTANEN, 1997)



### **2.1.1 Micro e Pequenas Empresas**

Segundo Gabrieli (2008), as micro e pequenas empresas fazem parte da estrutura econômica de um país, sendo reconhecidas juridicamente pela constituição federal, sendo também integrantes do código civil e da legislação. Elas sofrem diferenciação em função do faturamento, por se tratarem de empresas de menor poder econômico:

Conforme a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas (Lei nº123/2006), as microempresas são cuja receita bruta é igual ou inferior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) em um período de doze meses. (Instituto de Pesquisas Aplicadas, 2012).

Pequenas empresas têm renda bruta superior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais), em um período de doze meses. (Instituto de Pesquisas Aplicadas, 2012).

Segundo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2012), impõe limites que a microempresas podem empregar até nove funcionários no caso de comércio e serviços ou no máximo 19 funcionários no caso da indústria ou de construção.

No Brasil as MPEs, no período de 2000-2008, as MPEs foram responsáveis por 54% de empregos formais no País (SEBRAE, 2010). No ano de 2008, os pequenos negócios correspondiam por 51% de trabalho urbano empregado no setor privado, 13,2 milhões de empregos formais, 38% de massa salarial e 20% do produto interno bruto (PIB). (Instituto de Pesquisas Aplicadas, 2012).

De acordo com Lenzi (2009), para administrar empresas de pequeno porte exige atenções especiais, analisar os pontos fortes para chegar ao sucesso e eliminar os pontos fracos para evitar o fracasso.

### **2.1.2 Viabilidade do Negócio**

Para ser bem sucedido, o empresário tem que planejar o seu negócio, improvisar jamais. Planejar significa estudar antecipadamente a ação que será

realizada ou colocada em pratica e quais objetivos que se pretende alcançar. (CHIAVENATTO, 2005).

Plano de negócio – *business plan*- é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define suas principais características e condições para proporcionar uma análise da viabilidade e dos seus riscos, bem como para facilitar sua implantação (CHIAVENATTO, 2005).

Segundo Dornelas (2001), a parte mais importante do processo empreendedor é o plano de negócio, onde ele deve e precisa definir a situação e delinear as estratégias da empresa a serem criadas ou que estão em fase de crescimento.

Plano de negócio permite melhores condições para planejar, organizar, dirigir, avaliar e controlar o negócio. (CHIAVENATO, 2005).

Bernardi (2006), diz que antes de iniciar uma formulação do plano de negócio, o empreendedor perceber a ideia ou a oportunidade que visualiza, tendo a criação do negócio e conhecimento suficiente para iniciar as atividades.

## 2.2 TURISMO E LAZER

Segundo a Associação Brasileira de Empresas de Eventos, 2014, o turismo é um segmento da “indústria” turística que vem crescendo em grande escala mundialmente. As Vantagens, motivação e as facilidades oferecidas para o consumidor são as mais diversas, faz com que as pessoas consigam desfrutar do seu momento de lazer, gastando um valor que se enquadre no seu orçamento familiar, podendo conhecer diversos locais dentro e fora do País.

O Ministério do Turismo vem cada vez mais incentivando o turismo interno, como o programa Viaje Mais que integra o Plano Nacional de Turismo 2013-2016. Foi instituído pela portaria Ministério do Turismo 228, 3 de setembro de 2013 e é composto pelos projetos: Viaja Mais Melhor Idade; Viaja Mais Jovem (em fase de estruturação); e Viaja Mais Trabalhador (em fase de estruturação). (Ministério do Turismo, 2015).

De acordo com a pesquisa da WTTC, 2014 o Brasil aparece em sexto lugar entre as economias de turismo do mundo, a contribuição direta do setor é de 3,5% do Produto Interno Bruto totalizando R\$ 166,1 bilhões de reais para economia.

A atividade turística no Brasil é uma das cinco atividades mais lucrativas hoje, gera muitos empregos, gera lucro para o comércio regional, incentiva a gastronomia, o artesanato local, vendas de *souvenirs* o desenvolvimento da cidade, aumento de emprego. (ABEOC).

O setor público beneficia-se do turismo de duas formas: indireta, através dos impostos que arrecada das empresas privadas e diretamente por taxas que o turista tem que pagar por exemplos em caso de viagem internacional os vistos e taxas alfandegárias.

Turismo é o estudo do homem longe de seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria geram sobre os ambientes físico, econômico, sociocultural da área receptora (JAFAR apud BENI,1998 p.38).

O turismo é uma atividade que a pessoa procura e paga por prazer da viagem de livre e espontânea vontade, a visita não tem caráter lucrativo. (Manual do Turismo, 1998).

O produto turístico é formado por seis componentes (IGNARRA, 1999): Recursos, Bens e Serviços, Infraestrutura, Equipamentos, Gestão, Imagem da marca e Preço.

As empresas turísticas disponibilizam para o cliente os mais diversos tipos de pacotes turísticos como, por exemplo: Turismo Religioso, Turismo de Incentivo, Turismo Cultural, Turismo de Eventos, Turismo Doméstico, Turismo de compras, enfim. (ABEOC).

As agências de turismo vivem do turismo, mas nem todos os turistas precisam de uma agência de turismo para chegar até o destino desejado. (Manual do Turismo p, 14). Por isso muitas agências de turismo da região fazem viagens para locais pré-definidos e fazem muitos eventos se diferenciando para atrair o cliente.

O turismo brasileiro reúne as cidades que possuem os mesmos atrativos como, por exemplo: Rotas de Vinhos, montanhas, litoral, serras onde passa muitas rodovias e muitas vezes o acesso ao local não pode ser feito através de avião, onde entra a procura pelas empresas turísticas rodoviárias. (Manual do Turista).

Para as pessoas comuns o turismo é uma atividade que lhe oferecem dentro de várias outras formas de divertimento. Para os intelectuais é uma grande oportunidade de adquirir conhecimento, uma forma de educação fora de seu local de estudo e ou trabalho atual. Os empresários veem como forma muito lucrativa.

O desenvolvimento do turismo se dará conforme a distribuição de renda permita com que as pessoas de indiferente classe social possam cada vez viajar mais. (Manual do Turista p.97).

### **2.2.1 Cenário Econômico Brasileiro e suas influências no Turismo**

Nos últimos 10 anos, a economia brasileira está em crescimento econômico e melhor distribuição de renda. O produto interno bruto per capita real aumentou 29% o que favoreceu a renda da população mais pobre. (IBGE, 2014)

Segundo o IBGE (2014), entre 2002 e 2012 a sociedade passou por significativas mudanças sobre as condições de vida da população. O dinamismo do mercado de trabalho se traduziu no crescimento da população, onde o trabalhador passou a contar com muitos benefícios do governo e direitos devido a trabalhar registrado.

Ainda para o Instituto de Pesquisa Aplicadas (2015), o governo vem incentivando as políticas sociais, que estão gerando bons resultados sendo eles: Benefício de Prestação Continuada, Previdência Rural e o Programa Bolsa Família, teve início nos anos 90, hoje tem um grande impulso, partindo de 6,9% do Produto Interno Bruto (PIB).

Os impactos dessas ações têm sido significativos para regiões brasileiras aonde o número de pessoas pobres e miseráveis é alto. (IPEA, 2015).

Um dos indicadores para maior expansão do turismo nacional é devido sua valorização cada vez mais significativa na economia brasileira e o crescente volume de credito se que tem acesso. (Ministério do Turismo, 2015).

Segundo o Ministério do Turismo (2015), o turismo vem sofrendo impactos positivos devido às melhorias sociais, cerca de 60 milhões de brasileiros ascendem da classe social entre 2005 e 2010. Desses 45 milhões saíram da classe D e E, é 15 milhões migraram da classe C para classes A e B.

Os empregos diretos promovidos pelo setor de turismo no Brasil foram de três milhões de postos de trabalho, e a contribuição total (diretos, indiretos e induzidos) chega 8,4 milhões. (WTTC, 2014)

Já o número apresentado pelo Ministério do Turismo (2014), com bases nos dados do IBGE é de 2,9 milhões de empregos gerados.

Segundo o presidente da WTTC, David Scowsill, a grande expectativa de crescimento do Brasil nos próximos anos, graças à realização dos grandes eventos como a Copa do Mundo e Olimpíadas em 2016. (Ministério do Turismo, 2012)

A pesquisa World Travel and Tourism Council estimou que para o ano de 2022 o turismo seja o responsável por 3,63 milhões de empregos diretos e indiretos, dando muito oportunidade para os jovens nos mais diversos setores. (Ministério do Turismo, 2013).

### **2.2.2 Transportes de turismo**

Os meios de transportes são utilizados para transportar bens, serviços e pessoas são essenciais para o desenvolvimento social e econômico.

Segundo Paolillo e Rejowski (2002, p. 9): “É clara a relação entre turismo e transportes. Qualquer viajante, seja ele turista ou não, utiliza um ou mais meios de transporte no decorrer de sua viagem.”.

Para realizar uma viagem turística é necessário o uso de no mínimo um meio de transporte, assim o turista pode sair do seu local atual e chegar até o local desejado. São eles:

Turismo Ferroviário, conforme o Ministério do Turismo (2012), O Brasil tem uma malha ferroviária de 30 mil km, os trens de turismo atendem os mais diferentes gostos, o país possui hoje 33 trens turísticos, espalhados em 11 estados do Sul, Sudeste e Centro-Oeste, é um passeio cultural pela história, paisagens e charme.

Ainda o Ministério do Turismo (2012), os trens atendem os mais diversificados gostos e bolsos, uma viagem pode levar alguns minutos e ou até 12 horas, dependendo do passeio selecionado, pode percorrer um estado ao outro, vagões simples ou esbanjando luxo e sofisticação.

O programa leva o nome de O Brasil Pela Janela de Trem, tem apoio do governo junto com o Ministério do Turismo. (Ministério do Turismo 2012).

Para a Associação Brasileira de Operadores de Trens Turísticos Culturais (2012), este setor vem aos poucos ganhando espaço no mercado interno do turismo e o objetivo é em 2016 chegar com 10 milhões de passageiros por ano.

Turismo Marítimo, O Brasil apresenta um dos maiores potenciais de desenvolvimento para o turismo Náutico, por possuir cerca de 8.500km de linha de costa, 35 ml km de vias internas navegáveis, 9.260 m de margens de reservatórios de água doce, lagoas e lagos e ser banhado por favoráveis correntes oceânicas. (M Ministério do Turismo o Caderno de Orientações Básicas do Turismo Náutico, 2015).

De acordo com o Decreto nº 7,381, de 02 de dezembro de 2010, o programa de turismo de cruzeiro marítimo ou fluvial se constitui da: prestação de serviços conjugados com transporte, visitação de locais turísticos, entretenimento e serviços afins. É um importante meio de transportar produtos em grandes quantidades e também passageiros para traslado, principalmente por distâncias não tão grandes. (Manual do Turismo Transporte Aquaviários e a Indústria de Cruzeiros, 2005).

Conforme a Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos (2013), os cruzeiros se beneficiam em destinos de diversos aspectos: aumentando o fluxo de turistas nas cidades, movimentam a economia local, gera empregos, estimula a entrada de divisas, promove viagens nacional e internacional. (ABREMAR).

Na temporada de 2013/2014, estiveram na costa brasileira 11 navios, com 596.532 turistas, sendo 483.191 brasileiros e 113.341 estrangeiros, alcançaram um valor de R\$ 455 milhões durante a temporada 2013/2014. (ABRAMAR, 2014).

Ministério do Turismo (2013), as vantagens deste tipo de turismo é a comodidade, o passageiro aproveita a viagem de diversas formas, a própria viagem já é atrativa, as empresas têm muitos atrativos para que o turista se sinta à vontade.

Turismo aéreo no Brasil é um País de dimensões continentais, com área de 8,5 milhões de quilometro quadrado é a quinta maior área do mundo é ainda o maior mercado aéreo da América do Sul. (Manual do Transporte Aéreo Doméstico, 2013).

Conforme a Agencia Nacional de Aviação Civil (2014), informou que entre 2013 e 2014, em termos de passageiros, apresentou uma demanda com alta de 203%, trata-se do maior nível dos últimos 10 anos, este crescimento anual de transporte aéreo doméstico representou 3,7% do crescimento do Produto Interno Bruno brasileiro.

A quantidade de passageiros pagos transportados em 2013 registrou recorde da história da aviação. Sendo um total de 109,2 milhões de passageiros

sendo 90 milhões de voos domésticos e 19,2 milhões em voos internacionais. (ANAC, 2014).

Conforme o Ministério do Turismo (2014), tanto turistas brasileiros quanto estrangeiros têm viajado cada vez mais de avião, o aumento dos turistas por este meio de transporte aéreo, assim como os outros fazem parte do Plano Nacional do Turismo 2013-2016.

Turismo Rodoviário por ônibus é a principal modalidade na movimentação coletiva de usuários em viagens interestadual e internacional. Corresponde por mais de 48% do volume de movimentação de passageiros. (Agencia Nacional de Transportes Terrestres, 2008).

O transporte rodoviário de pessoas tem um alto grau de importância, pois é a principal modalidade de movimentação coletiva de usuários. Em o transporte rodoviário regular, comparado ao aéreo, foi responsável por 72% do total de deslocamentos interestaduais e internacionais. (ANNT, 2015).

Através do transporte rodoviário as Integrações regionais interestaduais e também com países vizinhos, favorecem o desenvolvimento do turismo. (Plano Mais Brasil 2014).

### 2.3 VEÍCULOS OFERECIDOS PELAS EMPRESAS DE TURISMO RODOVIÁRIO DE CRICIÚMA.

O transporte coletivo terrestre começou a partir das carruagens, as quais eram transportadas de seis a oito pessoas, porém eram puxadas por animais, em seguidas vieram os bondes, movidos à eletricidade sobre trilhos, podiam transportar uma quantidade maior de pessoas. E por fim o ônibus, com mais conforto e com capacidade de aproximadamente 40 passageiros.

Em 1970 foram fabricados os primeiros ônibus com suspensão a ar. Em 1973 foi introduzido o tacógrafo, que registra em um disco a velocidade do veículo. Já em 1976 passou a serem obrigatórios os sanitários nos ônibus rodoviários que realizem viagem superior a 75 quilômetros ou com duas horas de duração. (PALAHRES, 2002).

O ônibus de turismo é chamado internacionalmente de *autocarro* ou *autopullman* é o coletivo específico para transporte de turistas. (Manual do Turista).

O Conselho Nacional de Turismo, através da Resolução Normativa nº. 32, a 21 de maio de 1988, passaram a classificar os ônibus turísticos em superluxo, luxo e standard e os micro-ônibus em luxo e standard.

Conforme o Inmetro (2015), os ônibus devem possuir as características e nomenclaturas:

Ônibus Executivo oferece um arranjo interno e poltronas mais confortáveis que um veículo convencional. Possui ar-condicionado, som ambiente, televisão, descanso de pernas, som ambiente, vídeo e bar, alguns possuem atendimento de comissário de bordo caso seja contratado.

Ônibus Double-Deck se caracteriza por seus dois andares, possui três ou quatro eixos devido seu alto peso. É um veículo de alto padrão para viagens de medias ou longas distancias.

Ônibus Leito poltronas posicionadas em forma de possibilitar a acomodação e conforto diferenciado aos usuários. Possuem amplas poltronas, apoio de pernas e pés, encosto com estagio de inclinação com um ângulo de vertical de no mínimo, 55 graus e equipamentos de conforto, igual ao ônibus executivo.

Ônibus Rodoviário veículo que transita por estradas municipais, estaduais ou federais, não possui catraca, podendo ou não dispor de dispositivo eletrônico para controle e tarifação, permite o transporte de bagagem em compartimento específico.

Ônibus Semi-Leito veículo com arranjo físico interno diferenciado, com conforto próximo ao ônibus leito. São obrigatórias poltronas amplas com apoio de pernas.

Micro-ônibus Rodoviário veículo de transporte coletivo rodoviário de passageiros com capacidade de 20 passageiros sendo, uma porta, corredor central para circulação, janelas de emergência ejetáveis ou destrutíveis, porta é acionada somente pelo motorista através de um atuador mecânico e motor posicionado na região dianteira do veículo.

Para Palhares, (2002) os veículos fretados, oferecem grande variedade de roteiros para o transporte dos passageiros que contratam seus serviços.



### **2.3.1 A MALHA RODOVIARIA BRASILEIRA EM RELAÇÃO A FROTA DE TRANSPORTE TURISTICO.**

Atualmente as situações das rodovias Brasileiras não veem contribuindo muito para o incentivo do turismo rodoviário, uma vez que as estradas não possuem boa condição de trafego, onde muitas vezes os veículos quebram, enfrentam longos congestionamentos e vai gerar um gasto adicional para empresas e desconforto para cliente.

O Brasil é o quinto país do mundo em extensão territorial, apesar da extensa malha rodoviária, possui uma baixa densidade de cobertura viária. (Plano Mais Brasil, 2015).

Conforme a ANNT (2015), O Brasil é um país com uma malha rodoviária de aproximadamente 1,7 milhões de quilômetros, sendo 203 mil asfaltados e quatro rodovias federais e estaduais.

Os 62 mil quilômetros de vias federais pavimentadas se deram aos investimentos do Governo em 1970, quando foi direcionado investimento para o modal, porém os investimentos diminuiram gradativamente até seu ponto mais baixo em 1990. (Plano Mais Brasil, 2015).

Presidente da FIESP Paulo Skaf (2010) diz em entrevista que as estradas Brasileiras deveriam estar cem por cento com sua malha rodoviária em alguns países isso é o básico. O Brasil possui dezenove por cento de rodovia apropriada.

Segundo entrevista do Dr. Manoel de Andrade e Silva Reis (2007), as concessões mostram-se uma adequada solução para a melhoria das rodovias, porém os usuários relutaram bastante devido a instalação de pedágios e suas taxas, por outro lado a concessão oferece ótima qualidade nos trechos das rodovias.

Em contra partida a Artesp (Agencia Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo), Realizou um estudo no qual mostra que para cerca de um real gasto, os usuários teriam um lucro de um real e oitenta centavos, devido a boa infraestrutura da rodovia.

São informações não positivas para o setor rodoviário turístico, observa-se que no estado de São Paulo é aonde as estradas apresentam melhores condições de trafego e no estado do Pará encontram-se as piores estradas do

Brasil. (ABEPL, 20014). Segue quadro abaixo que mostra a proporção da pavimentação no país

Quadro 2 – Descrição da Malha Rodoviária Nacional.

DESCRIÇÃO	PROPORÇÃO DO PAVIMENTO
Brasil	1,7 milhões de quilômetros de estradas.
Estradas pavimentadas	12,9% (221.820 km).
Estradas não pavimentadas	79,5% (1.363,70 km).
Estradas planejadas	7,5% (128.904 km).
Rodovias Estaduais	14,8% (255.040 km).
Rodovias Municipais	78,11%(1.339,26 km).
Rodovias Federais	7%(119.936km)
Rodovias pavimentadas em obras	13.830 km
Rodovias duplicadas	9.522 km
Rodovias simples	192.569 km

Fonte: DNIT. (Atualizado em Setembro/2014 - Sistema Viário Nacional).

Conforme as pesquisas da Associação Brasileira de Empresas e Profissionais de Logística (2014), se não houver um investimento rápido a tendência das estradas em geral do País é piorar, as estradas não possuem sinalização, tem muitos buracos, tem queda de barreiras, problemas de fiscalização, falta de segurança e inúmeros problemas.

### 2.3.2 Serviços de manutenção de ônibus

As agências de turismo têm que ter todos seus veículos cadastrados e regulamentados, juntos aos órgãos competentes, os ônibus têm que estar habilitados para a prestação de serviços regulares e empresa permissionária e autorizadas em regime especial (Resolução Agência Nacional de Transportes Terrestres nº 2.686 e 2.869/2008).

Inmetro no uso de suas atribuições legais, conferidas Lei nº 5.966 de 11 de dezembro de 1973, e tendo em vista o disposto nos artigos 3º e 5º da Lei nº 9.933, de 20 de dezembro de 1999; Considerando os veículos automotores e rebocados só poderão trafegar após comprovação de atendimento aos requisitos e

condições de condições estabelecido no Código de Transito Brasileiro, em seu artigo 103, e nas Resoluções do Conselho Nacional de Transito- Contra. (Inmetro, 2015).

Considerando que o Inmetro, ou entidade por ele credenciada devem comprovar a segurança dos veículos rodoviários automotores e rebocados, nos termos técnicos do Inmetro. (Inmetro, 2015).

Em Criciúma, possui algumas empresas credencias pelo O Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), aonde uma vez ao ano os veículos têm que ser levados para vistoria para receber as certificações para a prestação de serviço pela: ANNT, DETER, CITV (internacional) e Prefeituras.

Os laudos são feitos por técnicos e a aprovação pelo engenheiro devidamente qualificado algumas exigências os veículos já vem de fábrica outras normas os proprietários tem que adequar o veículo para que seja aprovado no momento da vistoria, são analisados aproximadamente 146 itens incluindo os documentos exigidos por lei (Inmetro, 2015).

Ainda segundo o Inmetro (2012), os veículos rodoviários de passageiros fabricados a partir do ano de 2010, devem estar acessíveis segundo o Regulamento Técnico da Qualidade, publicado pela Portaria 168/2008. Adaptações se aplicam a todos os veículos fabricados a partir de janeiro de 1999.

As empresas de turismo da região não dispõem de local especializado para manutenção corretiva e preventiva.

Conforme Técnico credenciado por uma empresa de ônibus nacional, (2015), a prestadora de serviços em ônibus mais próxima fica na cidade de São José aonde dispõe de um responsável técnico e mais dois técnicos, os mesmos fazem manutenção na região de Criciúma, porém só veem na região caso aja mais de três veículos solicitando a manutenção, os reparos são feitos no próprio pátio da empresa solicitante.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para que o conhecimento possa ser considerado específico deve-se apontar o procedimento que propiciou a chegar neste conhecimento. (GIL, 1994).

Utiliza-se o conhecimento científico para se conseguir, através da pesquisa, constatar as variáveis: a presença e/ ou ausência de um determinado fenômeno. (BARROS; LEHFELD, 2000).

O Objetivo da metodologia é o aperfeiçoamento dos procedimentos e critérios utilizados na pesquisa. (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

#### 3.1 DELINEAMENTOS DA PESQUISA

O delineamento da pesquisa é a etapa onde serão apresentados os métodos que foram utilizados para a apresentação do trabalho.

Segundo ROESCH (1999) o delineamento determina quem vai ser pesquisado e quais questões devem ser específicas nessa seção.

Quanto aos fins de investigação, a pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva.

A pesquisa exploratória sua característica primordial a finalidade de desenvolver, esclarecer e transformar convicções e ideias, com visão de articular problemas pretensivos ou cenários que possam ser pesquisados. (GIL, 1994).

Segundo MALHOTRA (2005), a pesquisa exploratória pode-se usar a qualquer momento do processo uma vez que o pesquisador não possua muito conhecimento sobre o problema.

GIL, (2002, p.42). considera a pesquisa descritiva tem como objetivo principal a descrição das características de determinado, fenômeno ou população ou então, estabelecimento de relações entre variáveis.

Oliveira (1999), o estudo descritivo permite um desenvolvimento de uma análise que irá identificar diferentes formas de fenômenos, classificação e ordenação.

Quanto aos meios de investigação da pesquisa este estudo trate-se de uma pesquisa bibliográfica e de campo.

Para Martins; Theóphilo (2009) a pesquisa bibliográfica é a condução necessária para qualquer tipo de pesquisa científica, busca compreender, analisar e explicar o assunto e ou tema a ser pesquisado.

Compõe normalmente o primeiro degrau da pesquisa científica, buscando resolver os problemas com base em referencial teórico, como por exemplo, livros, textos legais, documentos, mapas fotos, manuscritos etc. (CERVO; BERVIAN; 1996).

Sendo assim, este estudo pode ser considerado de fonte bibliográfica descritiva, pois os assuntos foram pesquisados em diversos materiais como livros, teses, dissertações, artigos, dando sustentabilidade e fundamentação teórica, juntamente com sites específicos em administração.

Pesquisa de campo é um dos métodos mais tradicionais e completos, segundo CHIAVENATTO (1999, p.198).

Estudo de campo é a observação de fatos e fenômenos exatamente como eles ocorrem no real, à coleta de dados referente aos mesmos e, finalmente, o análise e interpretação desses dados com base numa fundamentação teórica consistente. (GIL, 1997; VERGARA 2010; CERVO; BERVIAN, 2002).

Para Barros e Lehfelld (2000), o investigador na pesquisa de campo assume o papel de observador e explorador, coletando os dados no local que se deram ou surgiu o acontecimento.

O pesquisador precisou da pesquisa de campo para coletar dados com a população selecionada para os assuntos levantados, para poder chegar a um resultado sobre a viabilidade da implantação da empresa em questão.

### 3.2 DEFINIÇÕES DA ÁREA OU POPULAÇÃO-ALVO

A população-alvo é o conjunto de indivíduos que possuem pelo menos uma característica como organizações, pessoas ou fenômenos, que serão pesquisados por características básicas exemplo faixa etária, empresas e localização (LAKATOS; MARCONI, 1992).

Abaixo uma síntese da estruturação da população-alvo de acordo com o objetivo geral deste estudo.

Quadro 3 - Estruturação da População-Alvo.

OBJETIVO GERAL	PERÍODO	EXTENSÃO	UNIDADE DE AMOSTRAGEM	ELEMENTO
Analisar a viabilidade econômica para abertura de uma oficina mecânica de ônibus em Criciúma-SC	Primeiro semestre de 2015	Criciúma	Empresas de turismo devidamente cadastradas nos órgãos competentes.	Responsáveis pelas empresas turísticas.

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2015).

Para a delimitação da população que participou da pesquisa, foi feita uma lista das empresas de rodoviários de ônibus e micro ônibus da cidade de Criciúma 2014, conforme dados da internet, pois foi entrado em contato com a empresa responsável pelo cadastramento dos veículos rodoviários de Criciúma e não obtivemos resposta.

Definiu-se que a pesquisa seria relevante se aplicada somente a empresas de turismo rodoviário de micro ônibus e de ônibus, das quais fazem viagem semanalmente para diversos destinos no Brasil e também nos Países vizinhos. Sendo assim, após retirar estas empresas que não se encaixaram no público-alvo, a população de 30 se reduziu a 25 empresas. Segundo Koche (2005) a amostra deverá ser definida de uma parte selecionada do total de dados selecionado da população, do qual serão deduzidas as características do todo.

A partir das 25 empresas, foi aplicada a pesquisa, pelo critério de disponibilidade de participação na pesquisa e pela acessibilidade junto às mesmas. Durante o período de 08 a 04 de maio de 2015, 15 empresas retornaram com as respostas do instrumento de coleta de dados.

Conforme Churchul (1998) a amostragem intencional é aonde os elementos da população irão ser selecionados intencionalmente pelo investigador, está seleção terá que ser feita levando em consideração que a amostra deverá ter as contribuições selecionadas.

De acordo com Barbeta (2001), no plano de amostragem aleatória simples o pesquisador precisa ter uma lista completa dos membros da população-alvo em questão. Como o tamanho da população é muito pequena não há necessidade de aplicar a fórmula de tamanho mínimo da amostra.

Desta forma, utilizando-se o número total de empresas que se encaixavam na pesquisa 15 empresas se prontificaram em responder o questionário.

### 3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS.

Este capítulo irá caracterizar a pesquisa conforme a metodologia científica utilizada para a abordagem do problema, quanto à natureza dos objetivos, ao delineamento ou método de investigação e aos procedimentos de coleta e análise de dados conforme o contexto da pesquisa.

Com base na metodologia da pesquisa utilizada até o momento, pode-se constatar que o presente estudo usou o plano de coleta de dados primários, sendo que foi feita a investigação direta junto às amostras das empresas de turismo rodoviário de Criciúma.

Roesch (2001) alega que para coleta de dados primários de uma população é investigado pelo pesquisador, por meio de instrumentos de pesquisa como testes, questionários e entrevistas para depois serem analisados.

Santos (2004) trata este plano de coleta de dados como de levantamento, pois, se seleciona uma amostra, se aplica os questionários, ou entrevistas diretamente os indivíduos, os dados serão tabulados e analisados.

De acordo com Oliveira (1999), para uma pesquisa científica as técnicas para coleta de dados podem ser quantitativas: estruturar, organizar e interpretar os dados numéricos coletados através dos questionários e ou entrevistas estruturadas; ou qualitativas: não emprega dados estatísticos, este método não inúmeras ou mede unidades os dados.

A técnica de coleta de dados que foi utilizada para esta pesquisa foi a quantitativa, por meio de questionário com perguntas abertas e fechadas, sem a necessidade da presença do entrevistador. (LAKATOS; MARCONI, 1992).

Segundo Kotle (2005), os questionários podem aplicados de forma impressa ou por meio digital (email).

De acordo com Lakatos e Marconi (2001) o questionário apresenta vantagens como economia de tempo, acesso direto com a população em número maior, rapidez, risco menor em distorcer as respostas e uniformidade nos dados de avaliação; e desvantagens baixo retorno dos questionários respondidos, muitas vezes o responsável não estava na empresa.

Sendo assim, o questionário aplicado via *Google Docs*, foi enviado diretamente para as empresas de turismo rodoviário de Criciúma e o pesquisador foi

pessoalmente nas empresas contemplando os seguintes aspectos: i) Identificar possíveis clientes; ii) Mensurar o volume de serviços; e iii) Levantar investimentos necessários para abertura do empreendimento; iv) Projetar receitas, custos e despesas; e v) Fazer a análise da viabilidade para implantar o projeto.

O questionário, presente no Apêndice A, foi elaborado tendo como base funcionário que trabalha há 15 anos em empresa rodoviária de passageiro juntamente com a pesquisadora e o orientador. Na primeira etapa foi questionado dado das empresas de forma geral, conhecendo o seu potencial ao mês.

Com relação à viabilidade da empresa, segunda etapa, a pesquisadora procurou identificar alguns dados específicos, como idade dos veículos, classificação dos veículos e dados que geram maior índice de manutenção da frota,

O segundo aspecto pesquisado foi aonde às empresas arrumam seus veículos, quem presta os serviços necessários, quais as qualificações uma especializada em ônibus deveria apresentar e caso aconteça a abertura da empresa para manutenção de ônibus se as empresas turísticas levariam seu veículo até o local para efetivar os reparos necessários.

### 3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS.

Entre os principais elementos que compõem um procedimento de pesquisa estão os métodos de análise de dados, dos quais podem possuir abordagem quantitativa, qualitativa ou mista, caracterizadas pelo foco em questões fechadas, análise de dados numéricos ou dados não numéricos (CRESWELL, 2007).

Uma abordagem quantitativa depende de muitos fatores, como a natureza dos dados, tamanho da amostra, instrumentos de pesquisa e a conceituação teórica das questões (GIL, 2007) e o pesquisador busca investigar e desenvolver temas a partir destes dados coletados (CRESWELL, 2007).

Segundo Sampieri, (2006) a abordagem quantitativa utiliza a análise de dados para responder perguntas de acordo com a contagem e frequência numérica dos dados através da estatística, buscando definir padrões exatos para o todo.



Neste sentido, o presente estudo possui uma abordagem essencialmente qualitativa, sem a utilização de um tratamento especificamente estatístico, como a utilização de médias ponderadas, dentre outros.

## 4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA.

O presente capítulo apresenta os resultados obtidos por meio de coleta de dados junto à amostra das empresas turísticas de transportes rodoviários de Criciúma. O questionário foi aplicado por email e diretamente com o representante na empresa conforme a disponibilidade em atender a acadêmica e responder.

Do total de 30 questionários enviados, obteve-se o retorno de 15 questionários respondidos. A seguir está uma análise detalhada de cada ponto questionado, levando-se em consideração os objetivos específicos da pesquisa.

### 4.1 IDENTIFICAÇÃO DE POSSÍVEIS CLIENTES.

O primeiro item identificado na pesquisa foi à quantidade de veículos as empresas possuem número de viagens mês e idade média da frota.

Apesar do número pequeno de amostras chegou-se em um número total de 56 veículos, a idade média das frotas fica entre três anos e no máximo de 14 anos e o número de viagens ao mês varia de 4 até 196 viagens sendo que o número de viagens depende do tipo do transporte, quais os passageiros e a distância percorrida. Segue dados conforme o quadro abaixo.

Quadro 4 – Possíveis Clientes

<b>Empresas</b>	<b>Nº de veículos que possui</b>	<b>Idade Media da frota</b>	<b>Nº de viagens ao mês</b>
A	2	6 anos	15
B	4	9 anos	30
C	1	14 anos	4
D	3	6 anos	12
E	5	5 anos	37
F	2	5 anos	8
G	1	7 anos	7
H	6	8 anos	27
I	3	9 anos	9
J	4	10 anos	20

L	1	12 anos	6
M	8	3 anos	16
N	5	5 anos	12
O	6	6 anos	191
P	5	9 anos	15
<b>Média</b>	<b>3,7 veículos</b>	<b>7,6 anos</b>	<b>27 viagens/mês</b>

Fonte Elaborado Pesquisadora (2015)

Pelas respostas do questionário, podem-se verificar algumas situações importantes: o número médio de veículos é de 3,7 por empresa. A idade média dos veículos é de 7,6 anos e o número médio de viagens por mês é de 27 viagens.

Porém, como apenas 15 das 25 empresas de turismo da região responderam aos questionários e estas tem um total de 56 ônibus, pode-se utilizar os dados médios levantados e pelo método da extrapolação chegar a números aproximados da frota total de ônibus de turismo na região. Fazendo uma regra de três simples, chega-se ao número de 93 ônibus existentes destinados a atividade de transporte turístico na região.

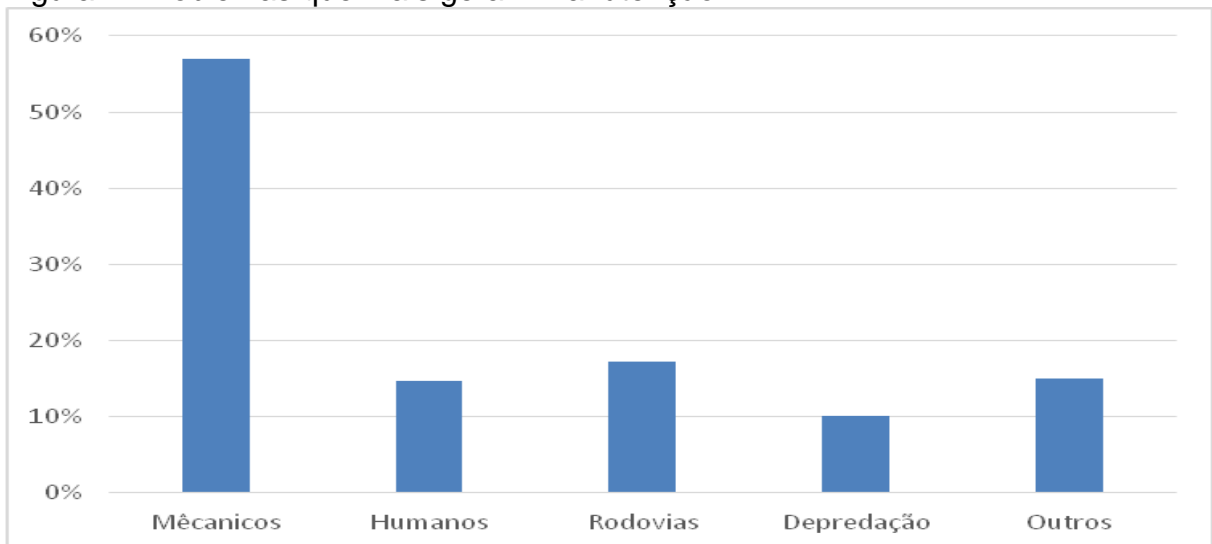
Estes números mostram que a frota apresenta uma idade média elevada, onde a frota de ônibus pode ser considerada de meia idade para velha. Isso indica que a necessidade de manutenção nestes veículos é alta, pois se considerarmos que em média são feitas 27 viagens por empresa por mês com 3,7 veículos em média por empresa, resulta em 7, 2 viagens por veículo por mês.

Note-se que a empresa M possui o maior número de veículos, a idade da frota mostra que são veículos novos se comparado às outras empresas como a H e E que tem os itens em menor quantidade ou mais velhos ela fica atrás por fazer somente 16 viagens ao mês isso quer dizer na observação que a mesma deve percorrer maiores distancias e ou o veículo fica no local de destino por mais tempo.

## 4.2 MENSURAÇÃO DO VOLUME DE SERVIÇOS.

Para a visualização dos dados, apresentam-se alguns gráficos conforme as questões feitas para as empresas. O primeiro ponto observado foi os dentre os cinco itens listados os que mais geram maiores problemas nos veículos.

Figura 1: Problemas que mais geram manutenção



Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

Por ser uma questão com cinco tipos de problemas comuns item que mais gera problemas são os mecânicos com 57% conforme as respostas das empresas entrevistadas, estes problemas mais comuns, por exemplo: suspensão, freios, transmissão, trem de força, rolamentos de roda, direção, escapamento.

Em segundo lugar ficou com a situação das rodovias brasileiras com aproximadamente 17% de gerador problemas nos veículos são eles: quebras de rolamentos, suspensão, molas, danificam pneus, pedras trincam o para-brisa, assaltos devido à falta de segurança.

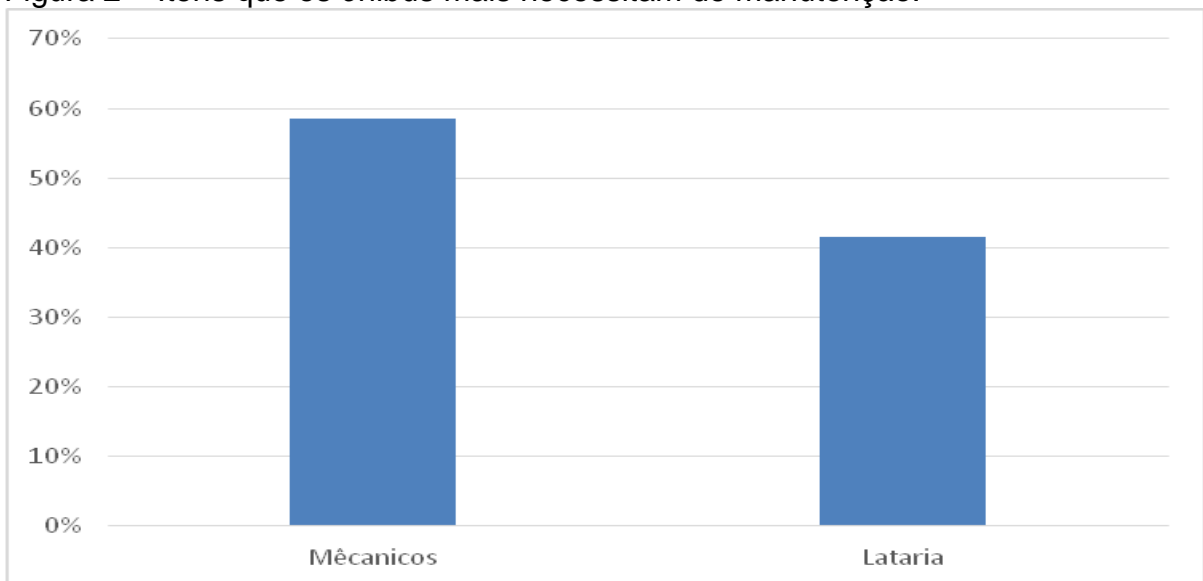
O terceiro item gerador de problemas com 15% são os humanos com, ou seja, falhas cometidas por motoristas, como pequenas batidas, troca de marcha errada, manuseio incorreto de algum mecanismo eletrônico que danificam o veículo

e que pode ser evitado. E também com 15% ficam com outros problemas que as empresas não souberam especificar.

E o quarto item gerador de problemas com fica devido à depredação com 10% aos passageiros que muitas vezes, quebram, riscam, mancham, coloca fogo, furtam cobertores e travesseiros, mau uso do equipamento de áudio e vídeo, acento do banheiro quebrado, porta papeis danificados, uso indevido das poltronas os veículos fretados geralmente é um guia que não é da empresa por isso não há como ter um controle para os passageiros não danificar os veículos, ou seja, são depreciações que muitas vezes só na oficina após o retorno serão detectados.

Conforme figura a baixo verificou-se qual dos dois itens que compõem o ônibus aonde as empresas têm mais gasto com a manutenção.

Figura 2 – Itens que os ônibus mais necessitam de manutenção.



Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

Verificou-se que o quesito que as empresas mais precisam de serviço especializado é na parte mecânica onde engloba mão de obra especializada, com 59% os problemas enfrentados.

Os veículos necessitam de dois tipos de manutenção a preventiva que é feita com uma frequência alta, pois evita futuros problemas e o outro tipo de manutenção, a corretiva, ou seja, tem que ser feita depois que o problema ocorre e tem que ser feito constantemente antes do veículo ir viajar, no seu retorno e caso algum veículo quebre na estrada uma pessoa especializada deve se deslocar até o

local onde o veículo esteja estacionado para efetuar a troca do ônibus avariado por um em condições de trafegabilidade.

Em seguida verifica-se qual o problema ocorrido com o ônibus avariado e se for problema de fácil resolução, arruma-se ali mesmo. Do contrário, o ônibus é conduzido até a sede da empresa e ali então será efetuada a sua manutenção. Se a avaria for grave, então é contratado um guincho para leva-lo em segurança.

O segundo item que as empresas necessitam de manutenção fica com a lataria do veículo com 41%, uma vez que a mesma seja danificada o reparo tem que ser com agilidade e rapidez, pois na grande maioria das vezes as empresas já tem viagem marcada para as próximas semanas e o veículo tem que estar em perfeito estado.

Os desgastes naturais faz com que as empresas renovem suas pinturas e ou polimentos o que leva tempo e pessoa especializada para fazer de maneira correta.

Levando em consideração que estes 56 veículos das 15 empresas questionadas o mesmo tem que passar por vistorias anuais, para as certificações sendo que a lei exige que sejam vistoriados aproximadamente 96 itens em cada veículo, muitos vêm com os itens já de fabricas, mas a maioria dos itens da vistoria tem que ser adequado de acordo com as normas dos órgãos regulamentadores.

Questionadas a respeito do percentual de suas receitas gastas com empresas contratadas para as devidas manutenções, ficou em média de 30 a 40% do valor gasto com os serviços necessários para a perfeita e segura rodagem da frota.

Segundo Ministério dos Transportes (1996), estudo realizado e atualizado para este ano, o custo médio mensal de manutenção de uma frota de ônibus com idade média até 5 anos, é de R\$ 1.200,00 por veículo por mês para ônibus urbanos que rodam diariamente.

Considerando que os ônibus de turismo rodam geralmente em feriados e finais de semana, pode-se considerar uma media um uso em 4 dias por semana por veículo. Então, se um ônibus que roda todos os dias tem custo mensal de manutenção de R\$ 1.200,00 um ônibus que roda 16 dias por mês proporcionalmente terá um custo mensal de manutenção de R\$ 640,00.

Segundo informações obtidas com profissionais mecânicos de manutenção, uma frota com idade média acima entre 5 e 10 anos tem um custo médio de manutenção em torno de R\$ 640,00 mensal.

Considerando que a frota de veículos em estudo é de 93 ônibus, sem contar com os ônibus das empresas tradicionais, chega-se ao valor potencial do mercado para a oficina em estudo. A conta é:  $93 \text{ ônibus} \times \text{R\$ } 640,00/\text{ônibus/mês} = 59.520,00$ . Como na região não tem nenhuma oficina particular especializada neste tipo de serviço e considerando que é um mercado em expansão, verifica-se que o estudo apresenta viabilidade mercadológica. Parte-se agora para o estudo de viabilidade financeira do projeto.

#### 4.3 ESTIMATIVA DO INVESTIMENTO.

Neste momento serão apresentados os custos iniciais para abertura da oficina, sendo que o local será locado, por um valor acima de mercado, pois terá todos os equipamentos e maquinários necessários para iniciar o trabalho, pois o empreendimento, ainda não possui uma sede própria e desta maneira irá reduzir os custos iniciais.

Caso este local não estivesse à disposição para locação o custo inicial do investimento com terreno, pavilhões que se possa manobrar um ônibus, ferramentas e maquinário o custo inicial estimado seria em torno de R\$ 250.000,00.

Quadro 5: Quadros de investimento inicial.

<b>Quadro de Investimentos Inicial</b>			
<b>Descrição</b>	<b>Quant.</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Maquinas e Equipamentos (inclusive instalação)</b>			<b>9.760,00</b>
Aluguel de Oficina na Região	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
Equipamento de Proteção Individual	6	R\$ 130,00	R\$ 780,00
Uniforme	12	R\$ 140,00	R\$ 1.680,00
Luz	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00
<b>Veículos</b>			<b>R\$ 10.000,00</b>
Carro Popular Camionete	1	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00
<b>Equipamentos de Informática e de Comunicação</b>			<b>R\$ 1.410,00</b>
Notebook	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Telefone Fixo	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
Celular	4	R\$ 80,00	R\$ 320,00
Internet	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
<b>Software</b>			<b>R\$ 850,00</b>
Sistema Operacional	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Site	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Cadastro na CDL	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
<b>Móveis e Utensílios</b>			<b>R\$ 4.350,00</b>
Mesa	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00
Cadeira	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Impressora	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Arquivo	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Material de Expediente	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Mesa para refeições e cadeiras	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
Geladeira	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Micro-ondas	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Fogão	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Utensílios de Cozinha	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00



Sofá	2	R\$ 400,00	R\$ 800,00
<b>Capital de Giro</b>			<b>R\$ 18.475,77</b>
Estoques Iniciais			R\$ 7.665,77
Custos Fixos			R\$ 7.810,00
Reserva de Capital			R\$ 2.000,00
Treinamento Inicial			R\$ 1.000,00
<b>Total Investimento</b>			<b>R\$ 44.845,77</b>

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

O Investimento inicial do empreendimento fica no valor total de R\$ 44.845,77 conforme demonstrado no quadro acima.

O quadro abaixo irá demonstrar como o empreendedor irá conseguir recursos necessários para abertura do empreendimento.

Quadro 6: Fontes e usos das aplicações.

Quadro de Fontes e Usos das Aplicações		
Descrição dos Itens	Valor	%
<b>FONTES</b>		
Recursos Próprios	R\$ 31.392,04	<b>70%</b>
Recursos de Terceiros - Banco	R\$ 13.453,73	30%
<b>Total das Fontes</b>	<b>R\$ 44.845,77</b>	<b>100%</b>
<b>USOS</b>		
Construção Civil	-	0,00
Maquinas e Equipamentos	R\$ 9.760,00	21,76
Veículos	R\$ 10.000,00	22,30
Equipamentos Informática/Comunicação	R\$ 1.410,00	3,14
Software	R\$ 850,00	1,90
Móveis e Utensílios	R\$ 4.350,00	9,70
Instalações - Obras e Reformas	-	0,00
Aluguel	-	0,00
	<b>R\$ 26.370,00</b>	<b>58,80</b>
Capital de Giro + Despesas Pré-operacionais	R\$ 18.475,77	41,20
<b>Total dos Usos</b>	<b>R\$ 44.845,77</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

O investimento inicial que o empreendedor disponibiliza para abertura da mecânica fica no de valor R\$ 31.392,04 o que será um investimento de 70% do valor da mecânica sendo que o saldo de R\$ 13.453,73, ou seja, os 30% restantes, será feito um empréstimo bancário para poder fechar o 100% do total do investimento.

#### 4.3.1 – RECEITAS, CUSTOS E DESPESAS.

De acordo com os dados obtidos pela pesquisa foram calculadas as receitas, custos, as despesas e o lucro potencial que a empresa obteria caso seja instalada.

Quadro 7 – Previsão de receitas

Produto	Mês 1		
	Qtde	Preço Unit	Total
Pára Brisa LD VRD PD1550/1800DD	5	R\$ 860,00	R\$ 4.300,00
Pára Brisa LE VRD PD1550/1800DD	4	R\$ 860,00	R\$ 3.440,00
Chapa de Alumínio Xadrez 1,2x1000x2500mm	2	R\$ 1.050	R\$ 2.100,00
Sikaflex 265 PRT 600 GR	10	R\$ 129,00	R\$ 1.290,00
Braço do Retrovisor Torino GV 2000 Dir.	3	R\$ 78,00	R\$ 234,00
Retrovisor Duplo 50x22	3	R\$ 64,20	R\$ 193,00
Reparo do Macaco de Abrir Portas	5	R\$ 78,70	R\$ 394,00
Reparo do Cilindro C/ Duplo Amort. Porta	5	R\$ 90,80	R\$ 454,00
Trava de Avanço e Recuo do Banco do Motorista	5	R\$ 52,80	R\$ 264,00
Massa Rápida Lt 0,9lts*	3	R\$ 179,00	R\$ 537,00
Tinta Fundo Universal 0,9lt*	3	R\$ 148,50	R\$ 446,00
Massa Plástica Lt 1kg	1	R\$ 151,60	R\$ 152,00
Farol c/ Meia Luz Svelto 2004/ Torino	2	R\$ 62,80	R\$ 126,00
Farol Alto Alpha Sem Meia Luz	2	R\$ 103,60	R\$ 207,00
Prestação serviços mão-de-obra	480 hrs	R\$ 70,00	R\$ 33.600,00
<b>Total Venda</b>			<b>R\$ 47.735,00</b>

Fonte: Pesquisadora (2015).

Conforme o quadro acima, esta previsão de vendas para o primeiro mês de trabalho, foi feita através de entrevista feita com profissional de trabalha em uma empresa de ônibus em Criciúma. Esta empresa possui um numero de 42 ônibus, onde a quantidade de itens trocados foram baseados nesta empresa e os valores das peças ou preço unitário são valores reais conforme cotação com as empresas distribuidoras, sendo que o valor já tem um preço diferencial, pois a compra seria feita pelo CNPJ.

Conforme o quadro de previsão de vendas acima o item que mais gera receita no mês é com a mão de obra dos funcionários que neste estudo, teria uma jornada de 8 horas de trabalho diário de segunda a sexta, o mesmo pode aumentar caso haja necessidade dos funcionários fazerem horas extras.

O quadro abaixo demonstra o valor total ganho com as vendas e mão de obra mensal dentro de um período de cinco anos

Quadro: 9 Demonstrativo do Faturamento

<b>Demonstrativo do Faturamento</b>					
<b>Mês</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
Janeiro	47.735	52.986	58.814	61.755	64.843
Fevereiro	50.236	55.762	61.896	64.991	68.240
Março	54.083	60.032	66.635	69.967	73.465
Abril	51.030	56.643	62.874	66.018	69.319
Mai	53.957	59.892	66.481	69.805	73.295
Junho	52.429	58.196	64.597	67.827	71.218
Julho	49.215	54.629	60.638	63.670	66.854
Agosto	53.412	59.287	65.809	69.099	72.554
Setembro	56.687	62.922	69.844	73.336	77.003
Outubro	54.019	59.961	66.557	69.885	73.379
Novembro	52.198	57.939	64.313	67.528	70.905
Dezembro	55.004	61.054	67.770	71.158	74.716
<b>Total Faturamento</b>	<b>630.004</b>	<b>699.304</b>	<b>776.228</b>	<b>815.039</b>	<b>855.791</b>

Fonte: Pesquisadora (2015)

Considerando as vendas mensais do quadro a cima observa-se que há meses dos anos que há um faturamento maior ou um menor faturamento, isto devido à sazonalidade ocasionada devido à demanda do uso dos ônibus, o que é muito variável, pois não necessariamente todos os meses os veículos irão apresentar a problemas para manutenção.

O quadro abaixo irá mostrar em detalhes as despesas e os custos fixos do empreendimento dos primeiros cinco anos do investimento.

Sendo que os salários sofreram reajuste de 7,00% no segundo ano, este percentual é uma projeção, pois o intuito da empresa é aumentar o salário conforme a experiência e o serviço prestado de cada colaborar.

Observa-se que o segundo custo fixo relativamente alto durante o ano é com o aluguel, sendo o ano um com o valor total pago de R\$ 72.000,00 e no segundo ano o valor total de aluguel de R\$ 76.320,00.

Os juros do financiamento esta diminuindo anualmente e no ano cinco o valor são relativamente baixos ao comparar com os anos anteriores.

Os itens gerados de menor custo são com o material de escritório e os materiais de limpeza, pois a empresa terá um funcionário somente no administrativo nos primeiros dois anos da empresa.

Quadro 10: Custos Fixos

Quadro dos Custos Fixos														
Descrição	Ano 1		Ano 2			Ano 3			Ano 4			Ano 5		
	Valor	Valor	Base do reajuste		Valor	Base do reajuste		Valor	Base do reajuste		Valor	Base do reajuste		
			% Aumento Preço	% Opcional		% Aumento Preço	% Opcional		% Aumento Preço	% Opcional		% Aumento Preço	% Opcional	
Salários	R\$ 80.400,00	R\$ 86.028,00	7,00%		R\$ 92.049,96			R\$ 98.493,46			R\$ 105.388,00			
Encargos salariais	R\$ 26.526,25	R\$ 28.382,01	7,00%		R\$ 30.368,75			R\$ 32.494,57			R\$ 34.769,19			
Depreciações	R\$ 3.863,00	R\$ 3.863,00			R\$ 3.863,00			R\$ 3.863,00			R\$ 3.863,00			
Água	R\$ 600,00	R\$ 636,00	6,00%		R\$ 674,16	6,00%		R\$ 707,87	5,00%		R\$ 743,26	5,00%		
Aluguel	R\$ 72.000,00	R\$ 76.320,00	6,00%		R\$ 80.899,20	6,00%		R\$ 84.944,16	5,00%		R\$ 89.191,37	5,00%		
Assinaturas	R\$ -	R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		
Associações de Classe	R\$ 1.200,00	R\$ 1.272,00	6,00%		R\$ 1.348,32	6,00%		R\$ 1.415,74	5,00%		R\$ 1.486,52	5,00%		
Combustível	R\$ 6.000,00	R\$ 6.360,00	6,00%		R\$ 6.741,60	6,00%		R\$ 7.078,68	5,00%		R\$ 7.432,61	5,00%		
Correios	R\$ 240,00	R\$ 254,40	6,00%		R\$ 269,66	6,00%		R\$ 283,15	5,00%		R\$ 297,30	5,00%		
	R\$ -	R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		
Energia Elétrica	R\$ 3.600,00	R\$ 3.816,00	6,00%		R\$ 4.044,96	6,00%		R\$ 4.247,21	5,00%		R\$ 4.459,57	5,00%		
Honorários contábeis	R\$ 8.400,00	R\$ 8.904,00	6,00%		R\$ 9.438,24	6,00%		R\$ 9.910,15	5,00%		R\$ 10.405,66	5,00%		
Pro-labore	R\$ -	R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		
Encargos s/ Pro-labore	R\$ -	R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		
Internet	R\$ 1.200,00	R\$ 1.272,00	6,00%		R\$ 1.348,32	6,00%		R\$ 1.415,74	5,00%		R\$ 1.486,52	5,00%		
Manutenção equipamentos	R\$ -	R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		
Manutenção móveis/utensílios	R\$ -	R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		
Manutenção veículo	R\$ -	R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		
Material de escritório	R\$ 600,00	R\$ 636,00	6,00%		R\$ 674,16	6,00%		R\$ 707,87	5,00%		R\$ 743,26	5,00%		
Material de Limpeza/conservação	R\$ 600,00	R\$ 636,00	6,00%		R\$ 674,16	6,00%		R\$ 707,87	5,00%		R\$ 743,26	5,00%		
Propaganda	R\$ -	R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		R\$ -	0,00%		
Seguros	R\$ 2.400,00	R\$ 2.544,00	6,00%		R\$ 2.696,64	6,00%		R\$ 2.831,47	5,00%		R\$ 2.973,05	5,00%		
Taxas e Impostos (Lixo, Iptu, Ipvá, ect.)	R\$ 1.200,00	R\$ 1.272,00	6,00%		R\$ 1.348,32	6,00%		R\$ 1.415,74	5,00%		R\$ 1.486,52	5,00%		
Telefone	R\$ 3.600,00	R\$ 3.816,00	6,00%		R\$ 4.044,96	6,00%		R\$ 4.247,21	5,00%		R\$ 4.459,57	5,00%		
Juros do Financiamento de Terceiro	R\$ 2.479,27	R\$ 1.473,48	0,00%		R\$ 1.057,44	0,00%		R\$ 641,40	0,00%		R\$ 225,36	0,00%		
<b>Total</b>	<b>R\$ 214.907,51</b>	<b>R\$ 227.484,89</b>	<b>0,00%</b>		<b>R\$ 241.541,86</b>	<b>0,00%</b>		<b>R\$ 255.405,26</b>	<b>0,00%</b>		<b>R\$ 270.154,02</b>	<b>0,00%</b>		

Fonte: Pesquisadora (2015)

O quadro abaixo irá mostrar os custos variáveis mensais durante cinco anos aonde no ano um não sofreu nenhum tipo de variação no preço de venda, já no ano dois e três houve um acréscimo de variação de 11% e nos anos seguintes uma variação de 5%.

Esta variação se dá conforme a demanda de cada mês, sendo que no mês de dezembro o valor arrecadado aumenta devido às viagens que acontecem com mais frequência o que gera maior procura para manutenção e revisão dos veículos o que irá aumentar o serviço da mecânica.

Quadro 11: Custos Variáveis - Compras Ano

Mês	Ano				
	1	2	3	4	5
<b>% Variação Preço Vendas</b>	-	<b>11,0%</b>	<b>11,0%</b>	<b>5,0%</b>	<b>5,0%</b>
<b>% Variação Qtde Vendida</b>	-				
Janeiro	R\$ 6.219	R\$ 6.904	R\$ 7.663	R\$ 8.046	R\$ 8.448
Fevereiro	R\$ 7.320	R\$ 8.125	R\$ 9.019	R\$ 9.470	R\$ 9.943
Março	R\$ 9.012	R\$ 10.004	R\$ 11.104	R\$ 11.659	R\$ 12.242
Abril	R\$ 7.669	R\$ 8.513	R\$ 9.449	R\$ 9.922	R\$ 10.418
Maio	R\$ 8.957	R\$ 9.942	R\$ 11.036	R\$ 11.588	R\$ 12.167
Junho	R\$ 8.285	R\$ 9.196	R\$ 10.207	R\$ 10.718	R\$ 11.254

Continua...

Continuação...

Julho	R\$ 6.871	R\$ 7.627	R\$ 8.465	R\$ 8.889	R\$ 9.333
Agosto	R\$ 8.717	R\$ 9.676	R\$ 10.741	R\$ 11.278	R\$ 11.841
Setembro	R\$ 10.158	R\$ 11.275	R\$ 12.516	R\$ 13.142	R\$ 13.799
Outubro	R\$ 8.984	R\$ 9.973	R\$ 11.070	R\$ 11.623	R\$ 12.204
Novembro	R\$ 8.183	R\$ 9.083	R\$ 10.082	R\$ 10.586	R\$ 11.116
Dezembro	R\$ 9.418	R\$ 10.454	R\$ 11.603	R\$ 12.184	R\$ 12.793
<b>Total Geral</b>	<b>R\$ 99.794</b>	<b>R\$ 110.771</b>	<b>R\$ 122.956</b>	<b>R\$ 129.104</b>	<b>R\$ 135.559</b>

Fonte: Pesquisadora (2015)

O quadro abaixo está demonstrado o fluxo de caixa anual onde pode se observar todas as entradas e saídas de investimento programadas para o período. Analisando o quadro percebe-se que durante os cinco anos todos os saldos finais foram positivos, o que demonstra o desenvolvimento da empresa.

Quadro 12: Fluxo de Caixa

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
<b>1. Saldo Inicial</b>	<b>0</b>	<b>250.237</b>	<b>357.798</b>	<b>477.752</b>	<b>588.154</b>
<b>2. Entradas</b>					
Recebimentos de Vendas	575.000	693.254	769.512	811.651	852.233
Perdas no Recebimento das Vendas	-11.500	-13.865	-15.390	-16.233	-17.045
Financiamentos de Terceiros	16.981				
Integralização dos Sócios	37.721				
Empréstimos de Curto Prazo	0	0	0	0	0
<b>Total Entradas</b>	<b>618.203</b>	<b>679.389</b>	<b>754.122</b>	<b>795.418</b>	<b>835.188</b>
<b>3. Saídas</b>					
Custos Fixos: Salários	73.700	85.559	91.548	97.956	104.813
Custos Fixos: Encargos salariais	16.345	27.669	29.606	31.679	33.896
Custos Fixos: Operacionais	93.170	107.230	113.664	119.437	125.409
Custos Fixos: Juros do Financiamento	2.479	1.473	1.057	641	225
Custos Variáveis - Fornecedores	90.376	109.735	121.806	128.523	134.950
Impostos s/Vendas	48.818	58.857	68.732	72.805	76.445
Comissão s/Vendas e Royalties	0	0	0	0	0
Distribuição de Lucros	0	175.221	201.469	228.699	238.832
Estoque	16.707	1.838	2.040	1.029	1.081
Investimentos / Reinvestimentos	26.370	0	0	0	0
Imposto de Renda Pessoa Jurídica	0	0	0	0	0
Amortização do Financiamento	0	4.245	4.245	4.245	4.245
Pagamento Empréstimos de Curto Prazo	0	0	0	0	0
<b>Total Saídas</b>	<b>367.965</b>	<b>571.828</b>	<b>634.168</b>	<b>685.015</b>	<b>719.897</b>
<b>4. Saldo Período</b>	<b>250.237</b>	<b>107.561</b>	<b>119.954</b>	<b>110.402</b>	<b>115.292</b>
<b>5. Saldo Final</b>	<b>250.237</b>	<b>357.798</b>	<b>477.752</b>	<b>588.154</b>	<b>703.446</b>

Fonte: Pesquisadora (2015)

O DRE da oficina mecânica esta apresentado no quadro abaixo, mostra projeções dos cinco anos.

Para chegar ao lucro líquido foi calculado as receitas que é o total do faturamento do ano, a receita líquida é receita de vendas subtrai os impostos, comissão e *royalties*, a margem de contribuição é o total da receita líquida e subtraem os custos variáveis, lucro antes do imposto de renda é o total da margem de contribuição aonde se subtrai os custos fixos, despesas com perdas e despesas e o resultado líquido do exercício é a margem de contribuição.

O resultado líquido do exercício ficou um total de R\$ 250.315,00 no primeiro ano com previsão de um valor de R\$ 356.269,00.

QUADRO -13 Demonstrações do Resultado do Exercício – DRE (em reais)

<i>Descrição</i>	<i>Ano 1</i>	<i>Ano 2</i>	<i>Ano 3</i>	<i>Ano 4</i>	<i>Ano 5</i>
<b>(+) Receita de Vendas</b>	<b>630.004</b>	<b>699.304</b>	<b>776.228</b>	<b>815.039</b>	<b>855.791</b>
(-) Impostos	53.487	59.371	69.628	73.109	76.764
(-) Comissão	0	0	0	0	0
(-) Royalties	0	0	0	0	0
<b>(=) Receita Líquida</b>	<b>576.516</b>	<b>639.933</b>	<b>706.600</b>	<b>741.930</b>	<b>779.027</b>
(-) Custos Variáveis	99.794	10.771	122.956	129.104	135.559
<b>(=) Margem de Contribuição</b>	<b>476.723</b>	<b>529.162</b>	<b>583.644</b>	<b>612.826</b>	<b>643.468</b>
(-) Custos Fixos	212.428	226.011	240.484	254.764	269.929
(-) Despesas com Perdas Recebimento Vendas	11.500	13.865	15.390	16.233	17.045
(-) Despesas/Receitas Financeiras	2.479	1.473	1.057	641	225
<b>(=) Lucro Antes do I. de Renda</b>	<b>250.315</b>	<b>287.812</b>	<b>326.712</b>	<b>341.188</b>	<b>356.269</b>
(-) Resultado Operacional Líquido	250.315	287.812	326.712	341.188	356.269
(-) Imposto de Renda e CSSL	0	0	0	0	0
<b>(=) Resultado Líquido do Exercício</b>	<b>250.315</b>	<b>287.812</b>	<b>326.712</b>	<b>341.188</b>	<b>356.269</b>

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

Analisando os dados da tabela verifica-se que a empresa em estudo apresenta uma receita bruta anual de R\$ 630.004,00.

#### 4.3.2 ANÁLISE DA VIABILIDADE DA IMPLANTAÇÃO DO PROJETO

Os dados da tabela serão utilizados para fazer a análise econômica e financeira da empresa em estudo, para ver se o empreendimento é o não viável.

Quadro 14: Análise Financeira (em reais)

<b>ANÁLISE FINANCEIRA</b>					
<b>Descrição</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
<b>1. Bases de Cálculo</b>					
Faturamento Bruto	630.003,80	699.304,22	776.227,68	815.039,07	855.791,02
Investimento Inicial	53.887,25				
Saldo Líquido de Caixa Total	250.237,32	107.560,55	119.953,71	110.402,41	115.291,91
Saldo Líquido Caixa Operac.	224.384,24	288.500,05	326.725,11	343.987,66	358.594,33
Custos Fixos	214.907,51	227.484,89	241.541,86	255.405,26	270.154,02
Margem de Contribuição	476.722,81	529.162,31	583.644,28	612.826,49	643.467,81
Lucro Líquido do Exercício	250.315,29	287.812,34	326.712,18	341.188,22	356.269,13
<b>2. Análises</b>					
<b>a) Ponto de Equilíbrio - %</b>	<b>45,08%</b>	<b>42,99%</b>	<b>41,39%</b>	<b>41,68%</b>	<b>41,98%</b>
<b>- R\$</b>	<b>284.006,87</b>	<b>300.628,26</b>	<b>321.242,72</b>	<b>339.680,59</b>	<b>359.295,96</b>
<b>b) Lucratividade - Período</b>	<b>39,73%</b>	<b>41,16%</b>	<b>42,09%</b>	<b>41,86%</b>	<b>41,63%</b>
<b>- Acumulada</b>	<b>39,73%</b>	<b>40,48%</b>	<b>41,07%</b>	<b>41,29%</b>	<b>41,37%</b>
<b>c) Rentabilidade - Período</b>	<b>464,52%</b>	<b>534,10%</b>	<b>606,29%</b>	<b>633,15%</b>	<b>661,14%</b>
<b>- Acumulada</b>	<b>464,52%</b>	<b>998,62%</b>	<b>1604,91%</b>	<b>2238,06%</b>	<b>2899,20%</b>
<b>d) VPL - Valor Presente Líquido</b>	Fluxo de Caixa Total	<b>444.356,55</b>	Fluxo de Caixa Operacional	<b>R\$ 949.164,85</b>	
<b>TMA-Taxa Mínima de Atratividade (Anual)</b>		<b>15,00%</b>			
<b>e) TIR - Taxa Interna de Retorno</b>	Fluxo de Caixa Total	<b>413,51%</b>	Fluxo de Caixa Operacional	<b>440,91%</b>	
<b>f) Período de Payback (1)</b>		<b>0,38</b>		<b>0,17</b>	<b>Anos</b>
<b>Período Médio de Payback (2)</b>	Fluxo de Caixa Total	<b>0,54</b>	Fluxo de Caixa Operacional	<b>0,27</b>	<b>Anos</b>
<b>Período Efetivo de Payback (3)</b>		<b>0,25</b>		<b>0,24</b>	<b>Anos</b>

Fonte: Pesquisadora (2015)

Para verificar a viabilidade do projeto serão analisados os seguintes fatores.

- a) Ponto de equilíbrio; é o ponto em que o volume das vendas tem que recuperar os custos fixos, os custos variáveis e os impostos sobre as vendas. O lucro igual à zero informa que todos os custos são pagos pelas receitas de vendas. O projeto da mecânica conseguiria atingir o ponto de equilíbrio com 45,8% das vendas projetadas para o primeiro ano, chegando ao quinto ano com 41,98%.
- b) Lucratividade no período; é o lucro que a empresa tem com as vendas, através da análise financeira, observa-se que a lucratividade no primeiro ano da empresa é de 464,52% chegando ao quinto ano com 661,14%.
- c) Rentabilidade; é a relação entre o capital investido e o resultado, no primeiro ano a mecânica conseguiu recuperar 464,52%.
- d) Valor Presente Líquido (VPL); considerado taxa de atratividade anual estabelecida em 15%, gerando ainda o valor de R\$ 444.356,55 em valor presente líquido.
- e) Taxa Interna de Retorno (TIR); a taxa interna de retorno do projeto ficou em 413,51%.
- f) O Período Efetivo de *Payback*; é o período necessário para que o dinheiro investido seja recuperado, no caso da mecânica é de 0,33 anos ou seja um período inferior há um ano para recuperar o dinheiro investido. Esses valores destacados são do período do ano um.

Os dados a cima mostram claramente que o projeto é viável e, portanto pode ser implantado pelo empreendedor, com boas chances de obtenção de sucesso.



## 5 CONCLUSÃO

O presente trabalho tem por objetivo estudar a viabilidade de implantação de uma empresa de manutenção de ônibus rodoviário de turismo na cidade de Criciúma.

Onde o empreendedor tem certo receio para sair do seu estado de comodidade como empregado e passa a investir no seu próprio negócio, com esse projeto o empreendedor viu dados reais à possibilidade de virar um empresário com potencial na região de Criciúma, aonde não existe oficina para os ônibus das empresas turísticas de menor porte.

O estudo por ser feito somente na região de Criciúma tem potencial ainda maior de crescimento devido às cidades vizinhas e muitos veículos que passam pela cidade que podem apresentar algum tipo de dano.

O trabalho abordou bastante o turismo no qual o governo vem investindo muito com incentivos aos Brasileiros a viajar cada vez mais, o turismo é um gerador de renda muito importante para o País e devido aos grandes eventos internacionais ocorridos nos últimos anos tem alavancado cada vez mais a economia.

Apresenta dados de todos os meios de transporte de turismo no Brasil aonde foi constatado que o ônibus rodoviário ainda é muito procurado pelos turistas devido ao seu custo e distancia que consegue alcançar.

Foram abordados os órgãos competentes pelos ônibus rodoviários de turismo aonde todas as vistorias anuais o veículo tem que ser submetido para conseguir os selos para a rodagem e garantia de segurança para o passageiro e os órgãos competentes que podem vistoriar os veículos.

Foram detectados os problemas que as empresas enfrentem o que causa danos aos seus veículos e um dos principais motivos são as rodovias Brasileiras, aonde não tem infraestrutura necessária e segurança para que tais danos não aconteçam com tanta frequência. O mostra que o governo investe muito pouco no modal rodoviário desde 1970, as situações das rodovias não mudaram muito.

O trabalho mostrou a classificação dos ônibus conforme o Inmetro e foram relatadas as leis que regem as autorizações.

Observando o desenvolvimento do trabalho verifica-se que o mesmo elucidou as questões levantadas nos objetivos específicos.

As análises dos resultados financeiros mostram que o projeto é viável, pois apresenta elevada lucratividade e rentabilidade, bem como um baixo ponto de equilíbrio, elevado valor presente líquido e um baixo tempo de retorno do capital investido.

Conclui-se então que a implantação da mecânica será um negócio rentável aonde os clientes poderão levar seus veículos para procedimentos estipulados em lei para a rodagem.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Jose Vicente Turismo Fundamentos e Dimensões. 8. Ed São Paulo: Ed. Ática, 200.213p.

ANGELI, Margarita N. Barretto. Manual de iniciação ao estudo do turismo. 3. Ed Campinas, SP: Ed. Papirus, 1998. 164 p.

BARBETTA, Pedro Alberto. Estatística aplicada às ciências sociais. 5. ed. Florianópolis. UFSC, 2002. 339p.

BARROS, Aidil de Jesus Paes de; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Projeto de pesquisa: propostas metodológicas**. 8. Ed. Petrópolis: Ed. Vozes, 1999.

BERNADI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão: Fundamentos, processos e estruturação**. São Paulo. Atlas, 2006. 195p.

BIRLEY. Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os desafios do empreendedor. São Paulo: Makron Books, 2001. 334 p.

BRASIL. Ministério do Turismo. Plano nacional de turismo 2007/2010: Uma Viagem de inclusão. Brasília, 2007. 83p.

BRASIL. Ministério do Turismo Náutico:Ministério do Turismo, Coordenação Geral de Segmentação: Coordenação Geral de Tanis Brizolla. 2 ed. Brasília 2008.

BRASIL.<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000015471711102013171529343967.pdf> Acesso: 04/04/2015.

BRASIL.[http://www.planejamento.gov.br/secretarias/upload/Arquivos/spi/PPA/2012/mp\\_005\\_dimensao\\_tatico\\_infra.pdf](http://www.planejamento.gov.br/secretarias/upload/Arquivos/spi/PPA/2012/mp_005_dimensao_tatico_infra.pdf) Acesso em: 04/04/2015

BRASIL.[http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2002\\_TR11\\_0689.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2002_TR11_0689.pdf) Acesso 17/04/2015.

BRASIL.[http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas\\_noticias/20120223.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20120223.html) Acesso 19/04/2015.

<http://www.abremar.com.br/down/fgv2014.pdf> Acesso 19/04/2015

BRASIL.[http://www.anac.gov.br/Noticia.aspx?ttCD\\_CHAVE=1584](http://www.anac.gov.br/Noticia.aspx?ttCD_CHAVE=1584)Acesso em19/04/2015

BRASIL. [http://www.ipea.gov.br/bd/pdf/Livro\\_BD\\_vol2.pdf](http://www.ipea.gov.br/bd/pdf/Livro_BD_vol2.pdf) Acesso: 04/04/015.  
[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/plano\\_nacional/downloads\\_plano\\_nacional/PNT\\_11\\_09\\_2012.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads_plano_nacional/PNT_11_09_2012.pdf) Acesso: 04/04/2015

BRASIL.<http://www.abeoc.org.br/2011/09/desafios-do-turismo-rodoviario-no-Brasil>>Acesso em: 26/08/2014.

BRASIL[http://www.abepl.org.br/noticias\\_detalhes.php?noticia=20](http://www.abepl.org.br/noticias_detalhes.php?noticia=20)>Acesso:26/08/204

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito Empreendedor. 1. ed. São Paulo. Saraiva. 2005.

CHURCHILL, Gilbert. *Marketing research: methodological foundations*. 2a ed. The Dryden Press. 1998.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. 248 p.

DJALMA de Pinho Rebouças de Oliveira, Planejamento estratégico: Conceitos Metodologia e práticas, edição 3, são Paulo, atlas 1988 267 p.

DORNELLAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro. Campus, 2001.

EMPREENDEDOR, Portal Do. **MEI – Microempreendedor Individual**: Definição do Microempreendedor Individual - MEI. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/> Acesso em: 23/11/2014.

ESTRATÉGICOS, Secretaria de Assuntos. **Microempreendedor individual Formalizou mais de 2,7 milhões de empresas em 3 anos**. Disponível em: <<http://www.sae.gov.br/site/?p=16154>>. Acesso em: 23/11/2014.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2001. 200 p.

GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira. 12. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. 775 p

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael p. **Empreendedorismo**. 5ed. Porto Alegre. Bookman, 2004.592p.

KMETEUK FILHO, Osmir. . **Pesquisa e análise estatística**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 2005. 197p.

KASSAI, José Roberto; KASSAI, Sílvia; SANTOS, Ariovaldo dos; ASSAF NETO, Alexandre. Retorno de investimento: abordagem matemática e Contábil do lucro empresarial: cálculos financeiros: contabilidade /. 2. Ed. São Paulo: Atlas 2000. 256 p.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. Tradução de Arlete Simille Marques e Sabrina Cairo. 9 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003. 593 p.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. Ed São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. 750 p.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia científica**. 4 ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001. 288 p.

LONGENECKER, Justin Gooderl; MOORE, Carlos W; PETTY, J. William, **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Makron Books, 1998. 868 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2. ed. São Paulo

Paulo: Atlas, 2009. MATOS, Antonio Carlos de. **A Busca de Resultados pela Produtividade**. Disponível em:

PALHARES, Guilherme Lohmann. **Transportes Turísticos** 2 ed. São Paulo Aleph 2002 p. 352.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de Pesquisa, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira, 1997. 320 p.

PAOLILLO, Milton André; REJPWSKI Mirian Coleção Abc do Turismo São Paulo: Aleph 2002.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo; BECKER, Grace Vieira; MELLO, Maria Ivone de. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 308 p

SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. 6. ed. rev. Rio de Janeiro: DP & A, 2004. 166 p.

SEBRAE. **Micro Empreendedor Individual: O que é o empreendedor Individual**. Disponível em: [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br) Acesso em: 24/04/2015.

SARKAR, Soumodip. **O empreendedor inovador faça diferença e conquiste seu espaço no mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006. 583 p.

<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000015471711102013171529343967.pdf> Acesso: 04/04/2015.

<http://www.inmetro.gov.br/rtac/pdf/RTAC000880.pdf> Acesso em 14/05/2015.

[http://www.planejamento.gov.br/secretarias/upload/Arquivos/spi/PPA/2012/mp\\_005\\_dimensao\\_tatico\\_infra.pdf](http://www.planejamento.gov.br/secretarias/upload/Arquivos/spi/PPA/2012/mp_005_dimensao_tatico_infra.pdf) Acesso em: 04/04/2015

[http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2002\\_TR11\\_0689.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2002_TR11_0689.pdf)Acesso 17/04/2015.

[http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas\\_noticias/20120223.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20120223.html). Acesso 19/04/2015.

<http://www.abremar.com.br/down/fgv2014.pdf> Acesso 19/04/2015

[http://www.anac.gov.br/Noticia.aspx?ttCD\\_CHAVE=1584](http://www.anac.gov.br/Noticia.aspx?ttCD_CHAVE=1584)Acesso em 19/04/2015

[http://www.ipea.gov.br/bd/pdf/Livro\\_BD\\_vol2.pdf](http://www.ipea.gov.br/bd/pdf/Livro_BD_vol2.pdf) Acesso: 04/04/015.

[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/plano\\_nacional/downloads\\_plano\\_nacional/PNT\\_11\\_09\\_2012.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads_plano_nacional/PNT_11_09_2012.pdf) Acesso: 04/04/2015

[http://www.abeoc.org.br/2011/09/desafios-do-turismo-rodoviario-no\\_Brasil](http://www.abeoc.org.br/2011/09/desafios-do-turismo-rodoviario-no_Brasil)>Acesso em: 26/08/2014.

[http://www.abep.org.br/noticias\\_detalhes.php?noticia=20](http://www.abep.org.br/noticias_detalhes.php?noticia=20)>Acesso:26/08/2014

<http://www.anac.gov.br/> Acesso 06/04/2015.

<http://www.antt.gov.br> Acesso 06/05/2015.

<http://www.abremar.com.br/> Acesso 04/04/2015.

<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rce/article/view/27913/26789>

[file:///C:/Users/Userpc/Downloads/Pesquisa\\_CNT\\_de\\_Rodovias\\_2014\\_LOW.pdf](file:///C:/Users/Userpc/Downloads/Pesquisa_CNT_de_Rodovias_2014_LOW.pdf)>

Acesso: 26/08/2014.


<<http://www.critur.com.br> Acesso: 26/08/2014.

[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/TURISMOx\\_TRANSPORTE\\_AQUAVIARIOS\\_E\\_A\\_INDUSTRIA\\_DE\\_CRUZEIROS.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/TURISMOx_TRANSPORTE_AQUAVIARIOS_E_A_INDUSTRIA_DE_CRUZEIROS.pdf) Acesso 04/04/2015.

<http://www.secretariageral.gov.br/acesso-a-informacao/acoesprogramas/ii-ppa-2012-2015-plano-mais-brasil> Acesso 10/05/2015

<http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/4927.pdf> (revista)

## APÊNDICE

	<p><b>UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE</b> CURSO DE ADMINISTRAÇÃO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC II</p>
---	--

1. – Cidade: Criciúma
2. – Quantos veículos possuem? \_\_\_\_
3. – Quantos novos: \_\_\_\_ Quantos Seminovos: \_\_\_\_ Quantos Velhos: \_\_\_\_
4. – Idade média da frota: \_\_\_\_ anos
5. – Número de viagens/mês: \_\_\_\_
6. – Número passageiros transportados/mês: \_\_\_\_
7. – Sua frota apresenta problemas mecânicos ou de carroceria?
8. – Se a resposta for “sim”, quais as causas?  
  
Mecânicos \_\_\_\_%    Humano \_\_\_\_%    Das estradas \_\_\_\_%    Depredação \_\_\_\_%  
Outros \_\_\_\_\_ %
9. – Qual o tipo de manutenção que mais ocorre com sua frota?  
  
Mecânica: \_\_\_\_ %            Lataria: \_\_\_\_%            Carroceria: \_\_\_\_%  
Outros \_\_\_\_\_ %
10. Quantos por cento da sua receita é gasto com serviços de manutenção da frota? \_\_%
11. – Onde são feitos os serviços de manutenção da frota?  
  
( ) Oficina própria ( ) Oficina contratada ( ) Mecânicos
12. Há na cidade prestadores de serviços de manutenção de frota compatíveis com suas necessidades? ( ) Sim            ( ) Não
13. Quais qualificações os prestadores de serviços de manutenção de frota devem possuir?  
  
\_\_\_\_\_



14. Caso haja na cidade uma prestadora de serviços de manutenção que apresente os requisitos que você necessita para fazer a manutenção de sua frota você contrataria esta empresa?

Sim    Não