

SERVIÇOS DE ENTREGA RÁPIDA

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: terciário

Ramo de Atividade: prestação de serviços

Tipo de Negócio: empresa de serviço de entrega rápida

Produtos Ofertados/Produzidos: serviço de transporte e entrega de documentos ou mercadorias.

Investimento inicial: R\$ 10 mil

Área: 35 m²

APRESENTAÇÃO

A idéia de entregar diferentes produtos em domicílio foi trazida por empresários que viajavam com freqüência aos Estados Unidos, onde o conceito nasceu.

Na vida moderna, o custo do tempo é fator fundamental no desempenho dos trabalhos, principalmente, quando esse trabalho é feito nas ruas e avenidas com trânsitos caóticos. As contingências de tráfego hoje em dia conturbam toda e qualquer atividade de transporte.

Com base nessa situação surgem as empresas de entrega rápida, também denominado serviço "Courier". Os serviços de entrega rápida são serviços de transporte MULTIMODAL, porta a porta, que têm como objetivo a entrega de documentos ou encomendas, da maneira mais rápida possível.

A diferença entre o "courier" e o transporte tradicional de carga é a rapidez. No "courier", o despacho, a documentação e o desembarço alfandegário são facilitados por se tratar na sua maioria de documentos, amostras ou pequenas encomendas. Em alguns casos você poderá fazer uma importação simplificada usando esta modalidade de transporte.

MERCADO

Transporte de documentos e mercadorias ganha espaço nas grandes cidades.

Na luta diária contra o relógio, milhares de motoboys movimentam a indústria do transporte rápido, facilitando, e muito, a vida de quem não tem tempo a perder. O boom da atividade aconteceu a partir de 1995, com os bancos enviando talões e cartões de crédito para a casa do cliente. O serviço ganhou confiabilidade e atraiu autônomos e escritórios em geral.

Esse mercado tem grande potencial de crescimento. Somente em 2004, o setor registrou um faturamento de R\$ 94,5 milhões no Estado de São Paulo, de acordo com a Associação de Mensageiros e Motociclistas (AMM-SP). Só na capital, o número de profissionais chega a 160 mil pessoas.

Algumas empresas de entregas de encomendas reclamam da ação da empresa de Correios no setor. Segundo essas empresas, os Correios fazem pressão sobre os clientes para não perder sua clientela. Um exemplo disso é uma carta aos clientes, dizendo que a entrega de contas só pode ser feita pelos Correios, o que não é verdade, segundo o texto da Lei Postal de n.º 6.538/78.

Esse suposto monopólio atrapalharia a entrega de encomendas internacionais e sua circulação no País.

Uma boa sugestão na definição do rumo que seu empreendimento vai tomar é encontrar um nicho. É importante especializar-se e, claro, não descuidar das outras competências da gestão.

Conhecer as características dos seus futuros clientes, porque preferem comprar tais produtos, quando fazem suas compras e quais são suas tendências de consumo são avaliações essenciais para o sucesso do seu empreendimento.

Na vida, a gente sabe que das adversidades podem surgir oportunidades. No mundo dos negócios não é diferente: a maioria das empresas bem sucedidas, algum dia enfrentou dificuldades e adotou a mudança como alternativa de sobrevivência naquele momento, para depois, fortalecida, apresentar-se competitiva ao concorrente.

LOCALIZAÇÃO

A proliferação das empresas de entrega rápida é um fenômeno recente que atinge, principalmente, os grandes centros e as cidades médias.

Por isso, o maior cuidado deve ser tomado com a escolha do ponto comercial. Locais com grande concentração de escritórios geralmente são os mais indicados.

Porém, há que se observar que as atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local junto à Prefeitura é o primeiro passo para avaliar a implantação de sua empresa de serviço de entrega rápida.

Na Prefeitura de Vitória o PDU é fornecido a partir de consulta no site.

ESTRUTURA

A estrutura básica deve contar com uma área mínima de 35 m², que será distribuída entre o escritório e depósito.

As posições e distribuição do balcão de atendimento, depósitos, entre outros é importante para a integração das atividades a serem executadas.

Para alcançar satisfatoriamente a produção desejada, você deverá considerar o layout interno (ambiente, decoração, facilidade de movimentação, luminosidade, entre outros) e o externo (vitrinas, fachada, letreiros, entrada e saída, estacionamento, entre outros) da sua empresa.

EQUIPAMENTOS

Os equipamentos implementados dependerão substancialmente a estrutura que vai ser montada. Vai variar de acordo com o processo e mecanismo de trabalho adotado. Um projeto básico certamente contará com:

- Computadores
- Impressoras

- Copiadora
- Móveis de escritório, telefone, e fax.

É possível montar uma empresa com uma única motocicleta.

INVESTIMENTOS

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento e do quantitativo de que dispõe o investidor. Considerando uma empresa de pequeno porte, montada numa área de 35 m², será necessário um investimento de R\$ 10 mil aproximadamente.

O capital é usado para o aluguel do imóvel, compra de telefone, computador e material de escritório.

Investindo em AUTOMAÇÃO

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

Existem muitas opções que possibilitam essa facilidade: caixas eletrônicas isoladas ou integradas, impressoras para preenchimento automático de cheques, impressoras de notas fiscais nos caixas, código de barras nos produtos, banco de dados sobre cada produto ou serviço e cadastro de clientes.

Investigue de que forma a adoção de um equipamento dessa natureza pode ser capaz de incrementar seus lucros.

PESSOA

É possível começar com apenas três funcionários para entregas. Conforme for crescendo o empreendimento, vai surgindo a necessidade de se ter um número maior de funcionários.

Os entregadores, motoboys podem atuar como autônomos, com moto própria, arcando com as despesas de gasolina e manutenção ou podem ser contratados por serviço temporário, onde recebem pelas entregas realizadas.

Seja qual for a escolha do empresário, a recomendação de advogados é fazer dois contratos. Além de registrar o funcionário, é indispensável ter um contrato de locação do veículo. Quem não registrar o funcionário terá de arcar com indenização em caso de acidente.

A prestação de serviço regular caracteriza vínculo empregatício. O advogado recomenda também fazer um seguro para cobertura de danos a terceiros.

Ainda sobre o funcionário, é bom lembrar que não há cursos específicos. O próprio empresário deve providenciar treinamento que garanta a qualidade desejada. Nesse aspecto, não pode esquecer que a recepção do pedido, no escritório, é fundamental para cativar o cliente. Aqui ganha destaque um bom atendimento ao telefone, feito por pessoal capaz de solucionar todo tipo de dúvida do usuário.

Mas existem características que são comuns a profissionais de todas as áreas:

pessoas felizes com a vida, criativas, ágeis, prestativas e que tenham iniciativa. Essas características podem ser desenvolvidas através de treinamentos periódicos, lembrando que não só os funcionários e gerentes devem ser treinados, mas também, o dono do empreendimento deve sempre se atualizar para se manter competitivo no mercado.

PROCESSOS PRODUTIVOS

Um conselho para quem está entrando no negócio é a montagem de uma empresa de courier local através de motoboy, onde os investimentos iniciais se restringem a montagem de uma central de atendimento, necessitando de telefones, fax, copiadora e computador para registro das entregas.

No dia-a-dia, uma empresa de entregas precisa obedecer a uma rotina para não cometer erros: depois de recebido o chamado, a ordem de serviço é emitida. Imediatamente, o motoboy sai para fazer a coleta (ou a entrega). Assim que o trabalho é finalizado, o profissional retoma à empresa para fechar a ordem de serviço.

Experientes no ramo fazem o monitoramento das entregas através dos pontos de apoio que ficam em cada trecho de troca de transporte, sendo feito através da leitura de um código de barras e cadastrado em computador ligado a uma rede (por exemplo: a Internet). Assim, em todos os locais em que estiver encomenda será registrada a sua passagem até o destino final.

Sugere-se agregar aos poucos outros tipos de veículos à frota, como Fiorinos, Kombis (standard e pick-ups) e caminhões médios (carroceria aberta e baú) para entregas e coletas de maiores volumes (até 3.000 kg).

Dentre os serviços prestados, encontram-se:

- Coleta e entrega de pequenos volumes;
- Pagamentos em bancos;
- Serviços em cartórios;
- Distribuição de brindes e convites;
- Troca de malotes entre filiais;
- Coleta e entrega de documentos;
- Despachos aéreos;
- Apoio em área técnica;
- Cotações de preços, apoio ao setor de compras;
- Distribuição de produtos vendidos via telemarketing;
- Serviços diversos em despachantes;
- Serviços diversos em órgãos públicos;
- Despachos em correios;
- Entrega de propostas;
- Entregas de cotações de preços;
- Entregas de presentes;
- Entregas e coletas de documentos contábeis;
- Coletas de assinaturas em contratos.

A partir do momento que a encomenda ou serviço é solicitado, o cliente fica longe dos problemas inerentes desta atividade tão arriscada (a de motoboy) e das prováveis ações trabalhistas, advindas de acidentes ou outras questões.

Para garantir excelência no serviço é necessário oferecer retaguarda ao motoqueiro, de modo a atendê-lo em emergências. Sistemas de radiocomunicação

ou celulares são imprescindíveis.

O empreendedor deve cuidar da manutenção das motos. Para facilitar o trabalho, são feitos convênios com postos de gasolina e lojas de autopeças.

Os serviços geralmente são cobrados por hora, com o mínimo de 2 horas. Há também o contrato mensal, onde um motoboy fica à disposição da empresa cliente, cumprindo seu horário e sobre sua orientação. Pode ainda ser realizado contrato diário, por meio período, e até por dias da semana pré-estabelecidos.

Uma idéia é oferecer serviços de distribuição. Neste caso, cobra-se por entrega ou coleta. Exemplos: cartões, convites, revistas, produtos de pequeno porte de vendas pela internet.

Para maiores volumes (até aproximadamente 3.000 kg), num segundo momento, faz-se necessário adquirir veículos utilitários, como fiorinos, kombis e caminhões baú. As suas entregas e coletas nem sempre podem ser programadas com dias de antecedência. Portanto, é preciso estar sempre à disposição, prestes a atender a sua urgência a qualquer hora do dia ou da noite, prestando serviços com responsabilidade, proporcionando a tranquilidade de poder contar que sua mercadoria será entregue dentro dos prazos estabelecidos, atendendo prontamente as necessidades dos seus fornecedores e/ou clientes.

Para o envio de encomendas para outros estados ou países é necessário a criação de convênios com companhias aéreas, marítimas e rodoviárias e em alguns casos fluviais, sem contar a abertura de postos avançados de coleta e distribuição de documentos.

Uma vez definida a demanda da região começa-se a traçar a estratégia de envio das encomendas, qual o caminho mais curto e viável economicamente, não esquecendo que existem empresas tradicionais no mercado atuando fortemente. Portanto, a criação de um serviço personalizado se faz extremamente necessário. Fatores que ajudam a manter com sucesso o negócio são o atendimento e a rapidez na entrega da encomenda.

COMEÇANDO

Uma vez colocado em funcionamento o novo negócio, estabelece-se um novo desafio: a sua gestão competitiva, capaz de oferecer ao mercado os melhores produtos e serviços e assegurar o retorno do capital investido. Gerenciar o negócio significa colocar à prova o talento, o conhecimento e a experiência do empreendedor.

Administrar é o processo de organizar o que foi planejado, assegurando a liderança e o controle na execução do trabalho de todos que fazem parte direta ou indiretamente da empresa. É usar os recursos administrativos disponíveis com vistas a alcançar os objetivos estabelecidos. E é aqui que entra a importância da busca contínua de informações. Estas podem ser adquiridas através da leitura, vídeos técnicos e administrativos, em feiras, palestras, treinamentos, e outros eventos. O próprio SEBRAE oferece muitos cursos de aperfeiçoamento: Administração Básica para Pequenas Empresas, Técnicas para Negociações, Lucratividade – Crescer, Sobreviver ou Morrer, Análise e Planejamento Financeiro, Controles Financeiros, Desenvolvimento das Habilidades Gerenciais, Gestão de Pessoas, entre outros.

CLIENTES

Atingindo um público variado, que vai de donas de casa a grandes empresas, a empresa de entregas rápidas pode utilizar um site na internet para atrair novos clientes.

Para ganhar projeção no mercado você deve lançar um olhar crítico sobre seu futuro negócio, analisá-lo do ponto de vista do consumidor e a partir daí definir a clientela que pretende conquistar. Você pode começar identificando segmentos específicos e levantar informações como renda, idade, classe social, nível de instrução, etc., para traçar o perfil dos futuros consumidores do produto que sua empresa venderá.

Você deve, ainda, definir se vai atuar no mercado consumidor direto ou no mercado indireto e manter sempre atualizado um cadastro de clientes.

DIVULGAÇÃO

O ditado popular diz que "a propaganda é a alma do negócio", mas a gente pode continuar dizendo que os "músculos" também são importantes. Assim, entendemos que dotar os clientes internos (funcionários, os "músculos" do negócio) de informações sobre os produtos oferecidos é a chave para vendê-los ao cliente externo.

O marketing, é fator fundamental para o sucesso do empreendimento. A divulgação feita por meio de folhetos ou mala-direta é uma sugestão. Mas, nesse negócio, o que funciona mesmo é a divulgação boca-a-boca.

Outra forma é pela própria visualização dos motociclistas, que estão sempre uniformizados e equipados com mochilas que fazem a propaganda.

Voltando à "alma do negócio", concluímos que para atingir o consumidor e garantir as vendas, você deve planejar o seu marketing. E como fazer isso? A primeira sugestão é fazer uma análise da sua realidade: identifique quais são os custos de seus serviços, adapte-os e busque a otimização de sua alocação. Mantenha seus consumidores motivados, partindo para uma revisão da sua estrutura de comercialização, avaliando paralelamente, se essa estrutura atinge seu mercado-alvo com sucesso. Lembre-se que o marketing deve ser contínuo e sistêmico. Considere ainda, que num plano de marketing é importante o conhecimento de elementos como preço, produto (serviço), ponto (localização) e promoção. Avaliar as preferências e necessidades de seus clientes em relação às funções, finanças, facilidade, "feeling" (sensibilidade) e futuro.

DIVERSIFICAÇÃO

Para alcançar o sucesso neste mercado é importante oferecer diferenciais. Procurar novas formas de apresentar os produtos tornando-os mais atrativos que os do concorrente.

Empreendedores do ramo inovaram realizando serviços de entrega utilizando bicicletas. Denominado bike boy, ele é usado para médias e curtas distâncias. A rapidez na entrega é um dos motivos para o sucesso do serviço, que cresce 25% ao

ano. As bicicletas não precisam ficar paradas no farol e têm facilidades no trânsito. Em São Paulo, por exemplo, o trajeto entre a Avenida Paulista e o Centro é feito em 5 minutos, garante. Além disso, as bicicletas não poluem como suas concorrentes diretas, as motos.

As encomendas devem ter, no máximo, cinco quilos, e precisam ser empacotadas no formato de uma caixa de sapatos ou de camisa. Esse tipo de embalagem facilita a acomodação no baú, e o peso não pode exceder o limite, devido ao esforço físico a que o biker é submetido ao entregar a encomenda.

Para alguns clientes, a facilidade de entrega é um dos principais fatores para o uso do serviço. Uma bicicleta não leva multa e pode ser estacionada em qualquer lugar.

Ficha técnica do negócio:

Investimento inicial: R\$ 10 mil

Tempo estimado de retorno: 12 meses

Lucro: de R\$ 1,5 mil a R\$ 2 mil

Estrutura: computador, telefone, oficina para reparos e uma bicicleta.

LEMBRETES

Numa economia que tende à estabilização, saber definir o preço certo dos seus produtos é uma das ferramentas mais importantes da sua empresa. Harmonizar o desejo do consumidor e a expectativa de ganho do proprietário é o grande desafio. Enquanto o consumidor sempre deseja pagar menos e ter mercadorias de qualidade, o sonho do empresário é obter o melhor retorno, com o menor custo. Uma sugestão é buscar inspiração para essa "arte" em cursos que orientem o empreendedor a equacionar essa questão, como por exemplo, aqueles que ensinam a formação de preços.

LINKS DE INTERESSANTES

Help Express: <http://www.helpexpress.com.br/index2.html>

ABRAM - Associação Brasileira de Motociclistas:

http://www.abrambrasil.org.br/not_g.html

LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

O funcionamento da empresa de courier, juridicamente, é igual ao de uma empresa de prestação de serviços, onde é necessária a emissão de nota fiscal de serviços e recolhimento de impostos.

As regras para operar nessa área derivam de leis abrangentes, como o Código Nacional de Trânsito e a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). A capital paulista é a única com uma legislação específica, que exige, entre outras coisas, cadastramento do motoqueiro e da empresa.

Recomenda-se fazer uma consulta ao PROCON para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº. 8.078/90).

É interessante, também, fazer uma consulta à "CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA", que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES.

REGISTRO ESPECIAL

Para registrar sua empresa você precisa de um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está subordinada a nossa produção e comercialização. Mas, na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenha boa reputação no mercado e melhor que seja indicado por alguém que já tenha estabelecido com ele uma relação de trabalho.

Para legalizar a empresa é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Fazenda;
- Registro na Prefeitura do Município;
- Registro no INSS;
- Registro no Sindicato Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Registro na Prefeitura para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema "Conectividade Social - INSS";
- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua empresa de entrega rápida para fazer a consulta de local e efetuar a inscrição municipal para obter o alvará de funcionamento.

EVENTOS

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações para obter informações sobre os eventos que ocorrerão dentro da sua área (tipo, data, local de realização). Os eventos como feiras, roda de negócios, congressos, etc., são muito importantes para o empresário ficar por dentro das tendências de mercado, conhecer novos produtos e tecnologias, realizar parcerias e fazer bons negócios.

NOTÍCIAS

Fique sempre atento aos noticiários, programas de televisão, revistas específicas, jornais (cadernos especiais), etc., pois estes são meios de manter-se atualizado quanto às novidades da sua área de atuação.

PEGN, 01/05/2005

Entregas Rápidas

O recebimento de produtos e documentos com pontualidade é muito importante no mundo dos negócios, principalmente no ritmo frenético das cidades grandes do país. Por isso, nos últimos anos, as empresas que realizam entregas rápidas se multiplicaram. Mesmo com uma concorrência enorme, a demanda no setor não

pára de crescer e segue abrindo oportunidades para novos empreendimentos.

Você pode iniciar um negócio em sua própria casa. Só precisará de um pequeno escritório com telefone para receber os chamados e de um computador. É comum o empreendedor começar fazendo ele mesmo as entregas, com uma moto de baixa cilindrada para economizar combustível, e aos poucos agregar colegas que também tenham motos, e pagá-los por hora de trabalho.

Foi assim que o empresário Jair Lemos, de São Paulo, que atua no ramo há 11 anos, começou. Depois de trabalhar como motoboy, ele decidiu abrir um negócio próprio onde mora. Hoje, sua empresa, a J. Brasil Expresso, tem 15 entregadores, que realizam cerca de 300 entregas por mês, e Lemos se dedica só à administração. Se você pretende seguir os seus passos, pode comprar um utilitário usado no futuro para fazer entregas maiores ou para transportar produtos mais delicados.

RAIO X

Negócio: entregas rápidas

Investimento inicial: R\$ 3.000 (moto usada)

Faturamento médio mensal: R\$ 1.500

Média mensal de vendas: 50 chamados

Preço médio de venda: R\$ 10 por hora

CURSOS E TREINAMENTOS

Os cursos de empreendedorismo dão base para estruturar o seu plano de negócios, planejar a empresa e desenvolver características próprias e indispensáveis a empreendedores.

Iniciando um Pequeno Grande Negócio

Carga horária: 30h

Empretec

Carga horária: 72h

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935

Ed. Sebrae – Centro

Vitória/ES

CEP: 29010-003

Tel.: 3331-5500

Administração Básica para Pequenas Empresas

Carga horária: 20h

O Administração Básica para Pequenas Empresas tem o objetivo de levar aos empresários informações sobre as principais áreas da administração de uma pequena empresa. É um instrumento para que os obstáculos encontrados sejam superados com maior facilidade ampliando, conseqüentemente, o horizonte de conhecimentos necessários nessa função.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935

Ed. Sebrae – Centro

Vitória/ES

CEP: 29010-003

Tel.: 3331-5500

ENTIDADES

PROCON – VITÓRIA

Casa do Cidadão João Luiz Barone
Av. Maruípe, nº. 2544 - Itararé
Vitória/ES
CEP: 29.045-230
Tel.: (0xx27) 3382-5545
<http://www.vitoria.es.gov.br/procon/procon.htm>

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433
Praia do Canto - Vitória/ES
CEP: 29045-401
Tel.: (027) 3135-3167

PREFEITURA DE VITÓRIA

SEMUS - Sec. Municipal de Saúde – Vigilância Sanitária do Município de Vitória.
Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 1185
Forte São João – Vitória/ES
CEP: 29010-331
Tel.: (0xx27) 3132-5047 / 3132-5044 / 3132-5045
<http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO

Rua Duque de Caxias, no. 105
Centro – Vitória/ES
CEP: 29010-000
Tels.: (027) 3380-3771
FAX: (027) 3380-3772
E-mail: crrvitoria@sefa.es.gov.br
<http://www.sefaz.es.gov.br>

INPI/ES - INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Rua Abail do Amaral Carneiro 191 ed. Árábica sala 314
Enseada do Suá – Vitória/ES
CEP: 29055-907
Tel.: 3235-7788
Horário de funcionamento: de 10 às 16h

ABRAM - Associação Brasileira de Motociclistas

Rua José D'Angelo, nº 318, sala 3 - Bom Pastor - Santo André/SP.
CEP: 09051-090
Tel: (11)4426-6666 / 6828-0401
http://www.abrambrasil.org.br/not_g.html

FORNECEDORES E FABRICANTES

Empresas de transportes que trabalham com despacho de cargas e encomendas,
(possibilidade de convênios):

AMERICAN AIRLINES

Viracopos, sl 3, Campinas/SP.
CEP 13054-240
Tel.: (19) 225.6355
Fax: (0xx19) 225.6322
<http://www.aa.com/content/br/index.jhtml>

DVA EXPRESS
Rio das Pedras, 440, Campinas/SP.
CEP 13030-160
Tel.: (19) 278.4722
<http://www.dvaexpress.com.br>

TRANSP AIR CARGO
Genebra, 53, São Paulo/SP.
CEP 01316-010
Tel.: (11) 3105.4417
Fax: (11) 3106.6278
<http://www.expert-air.com.br>

LAN CHILE
Consolação, 247, an 12, São Paulo/SP.
CEP 01301-100
Tel.: (11) 259.2900
Fax: (11) 255.2338
<http://www.travelweb.com.br/hotsites/cias/lan.html>

PONTUAL EXPRESS SERV AÉREOS
João de Lery, 94, Campo Belo, São Paulo/SP.
CEP 04356-030
Tel.: (11) 532.1232
<http://www.pontualservice.com.br>

RAPIDEX SERV
Afonso Bandeira de Melo, 55, Campo Belo. São Paulo/SP.
CEP 04613060
Tel.: (11) 531.1561

SERVPRESS TRANSP E ENCOMENDAS URGENTES
Eliseu de Almeida, 1103, São Paulo/SP.
CEP 05533000
Tel.: (11) 816.6632

TAM TRANSP AÉREOS REGIONAIS SA
Pedro Bueno, 1400, São Paulo/SP.
CEP 04342-010
Tel.: (11) 577.7711
<http://www.tamexpress.com.br>

TNT EXPRESS WORLDWIDE
Sta Catarina, 891, São Paulo/SP.
CEP 04378300
Tel.: (11) 5565.6344
Fax: (11) 5565.5762
www.tnt.com

TRANSBRASIL SA LINHAS AÉREAS
Francisco Glicério, 708, Campinas/SP.

CEP 13012-000
Tel.: (19) 231.7399
Fax: (19) 232.2866
www.portalbrasil.net/aviacao_transbrasil.htm

VARIG SA VIAÇÃO AÉREA RIO GRANDENSE
Linneu Gomes, Comdt, s/n, Campo Belo. São Paulo/SP.
CEP 04626-020
Tel.: (11) 534.0122
www.varig.com.br

VASPEX
Abraham Lincoln, 83, Guarulhos/SP.
CEP 07090-100
Tel.: (11) 6412.0096
www.vaspex.com.br/empresa.php

BIBLIOGRAFIA

TIPS BRASIL - Consulta nºSB4347/MS
Dener Gomes. DIÁRIO DO COMÉRCIO & INDÚSTRIA. ENTREGA DE ENCOMENDAS GIRA R\$ 5 BILHÕES, 05/11/2002.
Luciana Maria Liveraro. Revista Meu Próprio Negócio. Entrega rápida, 01/05/2005.
PEGN. Entregas Rápidas, 01/05/2005
REVISTA MEU PRÓPRIO NEGÓCIO. Entrega Rápida, 01/12/2003.

A Resposta Técnica é um material meramente informativo acerca dos empreendimentos existentes no segmento correspondente ao seu título. Os dados apresentados são extraídos de publicações técnicas e, em linhas gerais, não têm a pretensão de ser um guia para a implementação dos respectivos negócios. É destinada apenas à apresentação de um panorama da atividade ao futuro empresário, que poderá enriquecer suas idéias com as informações apresentadas, mas carecerá de um estudo mais detalhado e específico para a implementação do seu empreendimento.

ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO

UCE – Unidade de Capacitação Empresarial - SEBRAE/ES

Data de atualização: Fevereiro de 2006.