



# **Transporte Terrestre X Aluguel de Veículos:**

## **Serviços Diferentes para Clientes Diferentes?**

**Moderador: Tomás Ramos**

04/02/2009

**Considerando-se o tráfego e os problemas de segurança nas grandes cidades da América Latina, selecionar a melhor opção em transporte para os funcionários executivos da empresa é um aspecto muito importante da gestão de viagens e eventos corporativos.**

**Sua importância, contudo, é frequentemente desconsiderada.**

- Benefícios e desafios das várias opções
- Quando comprar qual tipo de serviço
- Perspectivas de custo e economia
- Implicações de orçamento



Ricardo Kaiser

**Ricardo Kaiser é Gerente Comercial da Hertz Corporation, empresa líder mundial no segmento de locação de veículos.**

**Profissional com 18 anos de experiência no mercado de turismo corporativo.**

**Nos últimos 2 anos à frente da equipe comercial no Brasil, é responsável pelo gerenciamento, desenvolvimento e implementação das políticas comerciais da empresa, além do relacionamento com o mercado corporativo.**

**Membro da ABGEV, fundador e coordenador do Comitê de Locadoras de Veículos.**

**É Bacharel em Comunicação Social com ênfase em Marketing pela Universidade Paulista.**



Alexandre Pinto

**Alexandre Pinto é Diretor Comercial da ViaLandauto, empresa referência no segmento de assistência em transportes de passageiros.**

**Há 17 anos atua no mercado de locação de veículos e transporte em eventos, tendo implantado filiais nos estados de São Paulo e Paraná.**

**À frente da ViaLandauto nos últimos 12 anos, foi responsável pela implantação dos departamentos comercial e de eventos da companhia.**

**Membro da ABGEV e fundador do Comitê de Logística para Eventos da entidade, é bacharel em Marketing, com ênfase em vendas, pela Universidade Anhembi Morumbi**



Eliane Taunay

**Eliane Taunay é Gestora de Eventos da PepsiCo do Brasil, funcionária há 12 anos da empresa americana, que atua no segmentos de alimentos e bebidas, estando presente em mais de 200 países.**

**Responsável pela implantação da área de Eventos Corporativos da Cia.**

**Há cerca de 2 anos, Eliane cuida dos acordos comerciais com toda a cadeia que envolve a prospecção e realização de eventos e viagens no Brasil**

**Membro da ABGEV através do Comitê de Eventos, é Bacharel em Psicologia pela UFRJ, com especialização em Psicopedagogia e Marketing.**

**Ricardo Kaiser**  
**Hertz**

4º Encontro Latino-Americano de  
Viagens Corporativas e Tecnologia



# **Transporte Terrestre X Aluguel de Veículos: Serviços Diferentes para Clientes Diferentes?**

04/02/2009



## Um pouco de História • E.U.A

- O Maior mercado mundial.
- Onde tudo começou.
- No início do século XX já existiam pequenos empresários que vislumbravam o negócio de locação de veículos.
- Mas foi a partir de 1930, com a introdução de lojas em aeroportos que a atividade, de fato, decolou.
- Logo após a guerra, nos anos 50 as empresas americanas exportaram a expertise para a Europa.

## • E.U.A

- Frota com mais de 2 milhões de veículos.
- O setor faturou US\$20 bilhões.
- Mais de 25 mil pontos de locação no país.
- O crescimento estimado para este ano é de 5%.

## • EUROPA

- Timidamente anos 50.
- Entre os anos 60 e 70 surgiram as principais locadoras européias.
- Frota superior a 1,5 milhões de veículos.
- Movimento de mais de US\$10 bilhões por ano.
- Média de crescimento entre 5% e 10%.
- Os principais mercados são: Alemanha, Reino Unido, França e Itália.

## • ÁSIA

- O mercado está no Japão.
- Uma característica marcante do mercado japonês são as empresas ligadas às montadoras de veículos: Toyota Rent a Car, Mazda Rent a Car, entre outras.



## • BRASIL

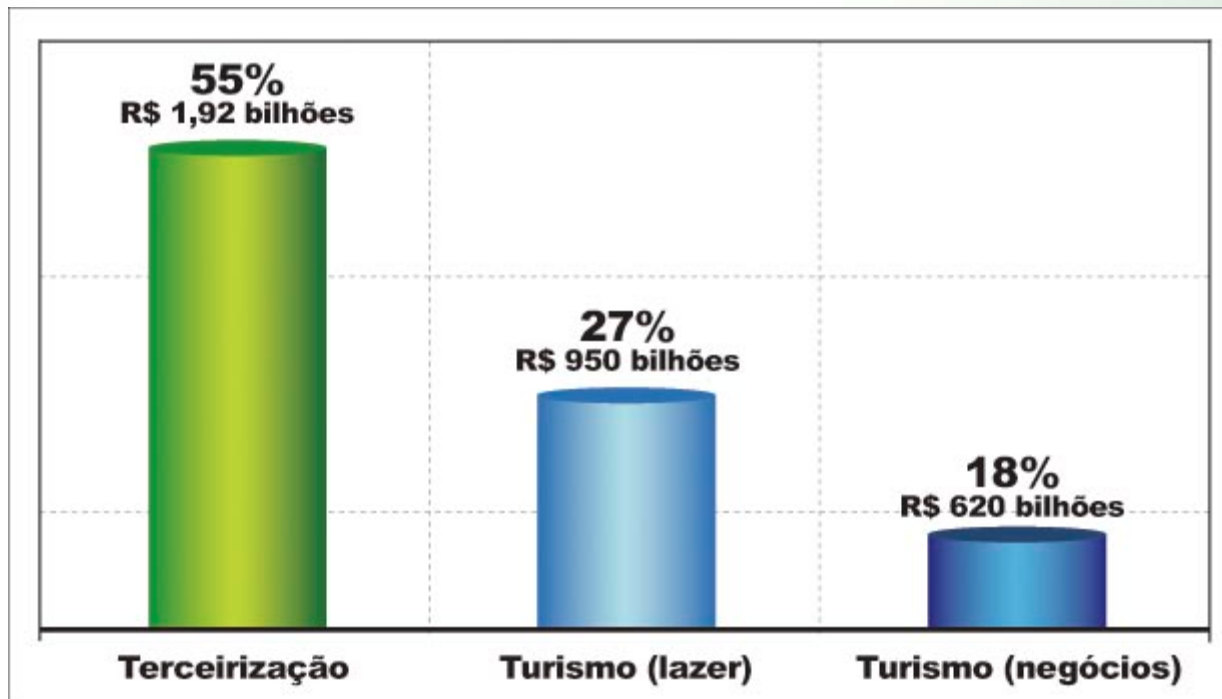
- O mercado brasileiro cresce em média 15% ao ano, bem acima do crescimento do PIB.
- O mercado de veículos populares ainda responde por cerca de 70% das locações.
- Frota superior a 280 mil unidades.
- Faturamento em 2007 foi superior a R\$ 3,49 bilhões.
- São 1905 locadoras distribuídas por todo o país.
- Em 2007: 15,1 milhões de usuários. 1 milhão a mais do que em 2006.





# Mercado

2007 - FAT TTL R\$ 3,4 BILHÕES



## Mercado

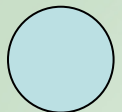
- **TMCs.**
- **Menos de 2% do volume de negócios.**
- **A locação da despesa corretamente.**





# Oportunidades

- Simplicidade - Fácil e rápido.
- Liberdade - Diárias de 24 horas ir e vir.
- Economia - Diárias entre as mais baratas do mundo.  
Ex: Veículo Básico com ar com proteção inclusa e KM livre.
- R\$ 90,00.
- Locações de veículos mensais.
- Projetos específicos e veículos diferenciados.  
Ex: Pick Up 4x4.
- Frota diferenciada focando as necessidades de mercado.  
Ex: Veículos médios com Air Bag e ABS.

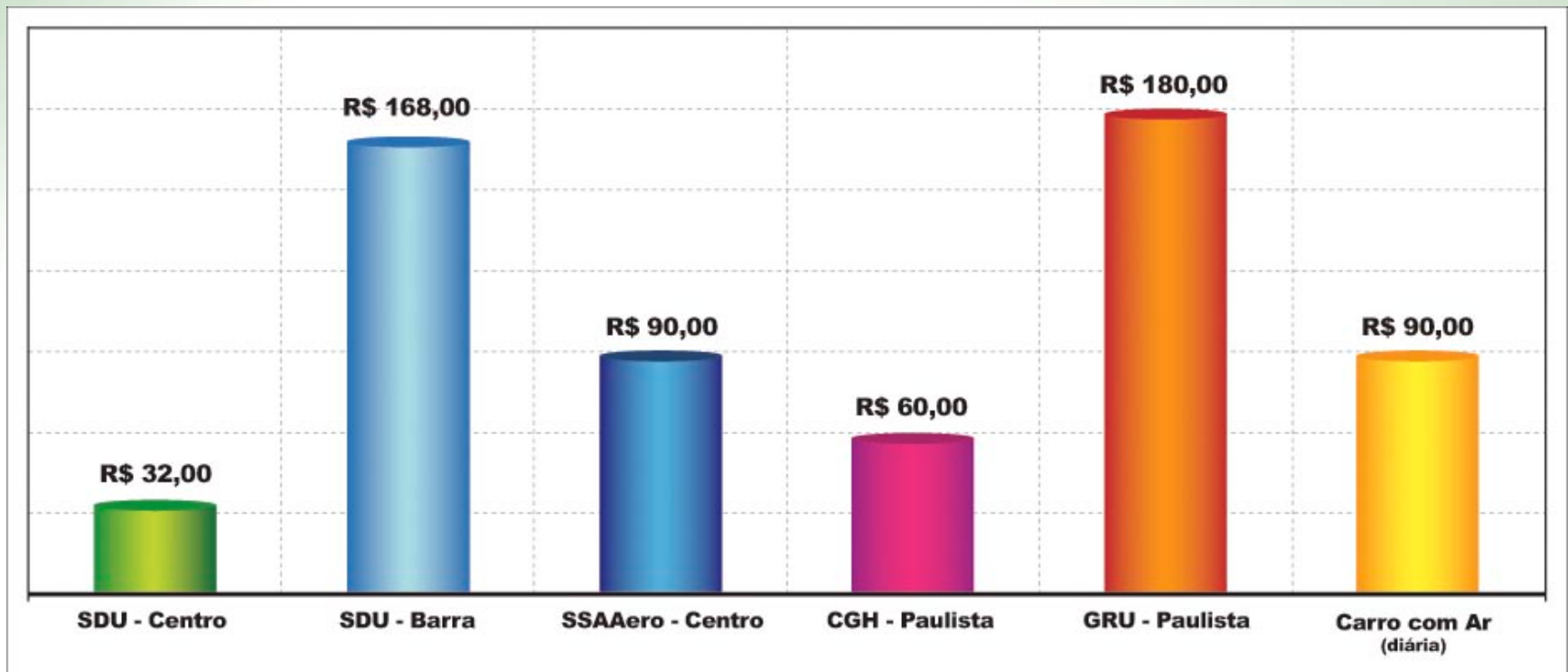




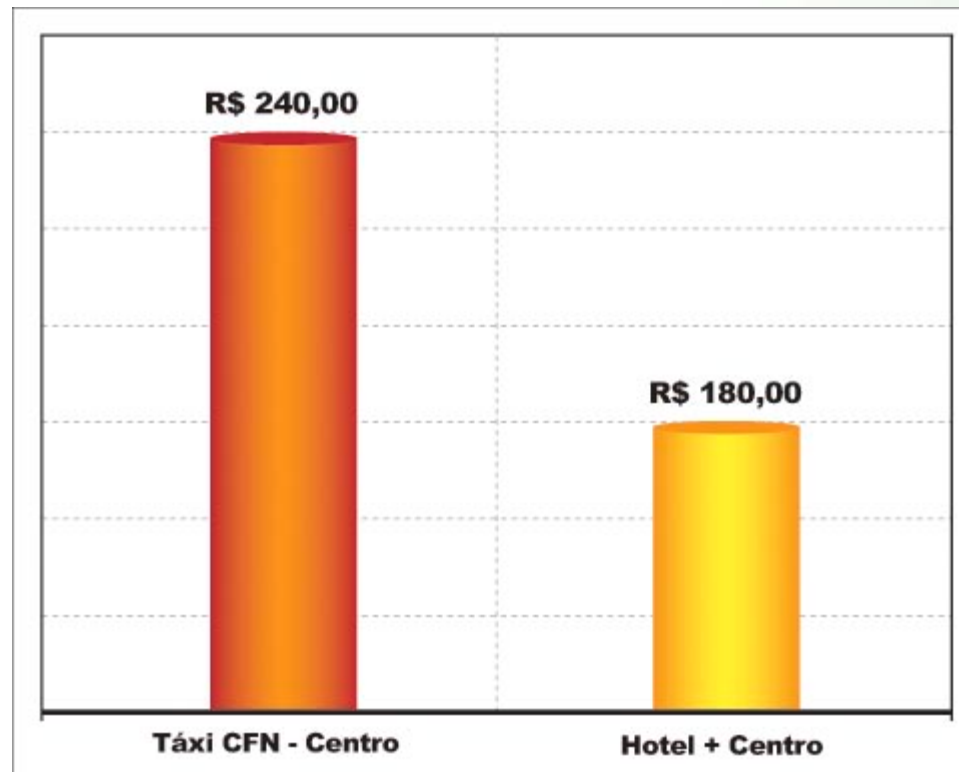
## Oportunidades • TÁXI x LOCAÇÃO

- Necessidade de redução de custos.
- Aumento de controle de despesas.
- Cerca de 8% do budget de viagens das empresas são gastos com táxi.
- Locação com motorista - Diárias 8 horas.
- Monolíngue / Bilíngue.
- GPS (Global Position System)

# Oportunidades



# Locação x Táxi • BELO HORIZONTE





# Oportunidades

- Mudança Cultural: Popularização:  
15 Milhões de pessoas com perfil para alugar veículos.
- Por que o mesmo executivo que exige um carro quando viaja aos EUA não utiliza esse serviço no Brasil?
- Você sabe quanto sua empresa gasta com a utilização de táxi e quanto podemos reduzir substituindo pela locação?

**Saiba escolher o melhor serviço de acordo com a sua necessidade, com o melhor custo-benefício.**

LOCAÇÃO DE VEÍCULOS x TRANSFERS x TÁXI

Mudança de atitude

**CRISE = CRIE**



Obrigado



**Alexandre Pinto**  
**ViaLandauto**

# **Gestão Estratégica de Eventos**

**Transporte Terrestre X Aluguel de Veículos:  
Serviços Diferentes para Clientes Diferentes?**

04/02/2009



# Mercados distintos que se completam!

**Locação de veículos**  
(rent a car)

**X**

**Serviço Receptivo**  
(transporte executivo)

**X**

**Assistência em Transporte**  
(eventos, convenções, feiras e congressos)



# Principais características por segmento:

**LOCAÇÃO DE VEÍCULOS (daily rent), o cliente determina:**

- **Contratar o serviço adicional de motorista, que deverá ser cobrado a parte, junto à diária do veículo e despesas com combustível, estacionamentos, pedágios, alimentação e pernoite do mesmo se utilizado.**
- **Modelo, opcionais, coberturas e período de locação.**
- **Ter o veículo à sua disposição por no mínimo 24 h**





# Principais características por segmento:

**Ao contratar o SERVIÇO RECEPTIVO (transfer), o cliente se beneficia de:**

- Um serviço diferenciado com perfil executivo.
- Custos menores, sem despesas extras.
- Proteção para danos pessoais aos ocupantes.
- Motorista uniformizado, equipado com rádio ou celular e total discrição.





# Principais características

## por segmento:

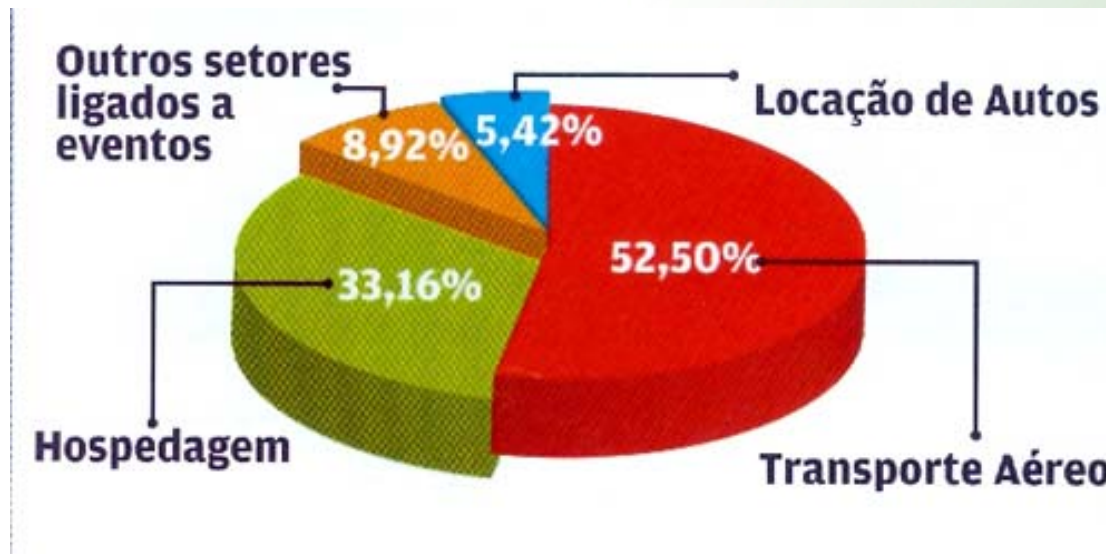
**ASSISTÊNCIA EM TRANSPORTE (assistência para pequenos e grandes grupos, com serviço de logística e coordenação)**

- Atendimento com sedans, blindados, vans, microonibus e ônibus.
- Recepcionistas e guias bilíngues.
- Logística terrestre e de malha aérea.
- Coordenação especializada e integral.



Incorporados aos 5,42% deste levantamento, estão os segmentos de locação de veículos, serviço receptivo e assistência em transporte para eventos.

**O ideal seria cada segmento ter seu próprio *share***





**Obrigado pela atenção.**



**Eliane Taunay**

**Pepsico**

# **Transporte Terrestre X Aluguel de Veículos: Serviços Diferentes para Clientes Diferentes?**

04/02/2009



## Benefícios e desafios das várias opções

O transporte terrestre no mundo corporativo busca acima de tudo segurança e agilidade no ir e vir dos executivos.

Historicamente a Cia. utiliza motoristas cadastrados com automóveis distintos (táxi e carros executivos) para distintos públicos. Os valores são negociados anualmente e faturados à Cia.

Culturalmente não existe uma demanda significativa na locação de veículos, principalmente no Brasil.



## Quando comprar qual tipo de serviço

Entre os diversos públicos corporativos que se utilizam de transporte terrestre no exercício de suas funções, temos:

- Usuários de táxi esporádico
- Usuários de carro particular com reembolso de combustível (R\$0,50 / km)
- Usuários de carros designados (benefício da Cia.)
- Usuários de motoristas cadastrados / faturamento
- Usuários de locadoras de automóveis



# Quando comprar qual tipo de serviço X Público Alvo

- Táxi Esporádico: Funcionários e Terceirizados;
- Carro Particular com Reembolso: Funcionários;
- Carros designados (benefício da Cia.): Gerentes e acima.
- Motoristas cadastrados – Funcionários e Terceirizados em geral - principal meio utilizado para reuniões num raio de até 200 km de SP, ou in / out aeroportos
- Usuários de locadoras de automóveis – demanda prevalece em viagens cujo destino final está distante do aeroporto de chegada(ex.:fabricas no NE.



# Perspectiva de custo e economia

- A palavra chave hoje no grandes corporações é sem duvida otimização de verba e oportunidades de economia.
- Esta questão deve caminhar diretamente alinhada com o conceito da segurança, e da agilidade em chegar ao seu destino sem dificuldades nem atrasos
- Este processo gera uma re-educação no modelo já existente e num diferencial competitivo que leve o usuário a deixar de utilizar o motorista e passe a optar por locar um veiculo, considerando os pilares do transporte.



# Cenário 2008

## Volume acumulado

- Locação de automóveis via agencia:  
13 diárias em 2008 – R\$1.900,00
- Serviços de motoristas e táxis esporádicos:  
R\$460.000 em 2008



# Oportunidades

- Partindo da premissa da Cia. de alinhar segurança e agilidade, proponho oferecer locação de automóveis com motorista;
- Oferecer ao usuário “office delivery” ou “home delivery”
- Divulgar os atrativos que são oferecidos na locação de um automóvel de forma massiva, de modo a re-educar o público alvo;
- Criar programas de fidelização atrativos que incentivem a busca de locação de automóveis como primeira opção.



# Oportunidades

- Oferecer ao usuário a opção de GPS em todo o território Nacional
- Criar posto dentro das Empresas para serviços pontuais substituindo assim a cultura do uso de taxi esporádico.



Obrigada!



# PERGUNTAS E RESPOSTAS



# CONCLUSÃO

**OBRIGADO!!!**



**See you next LACTTE**

***March 1<sup>st</sup> to 3<sup>rd</sup>, 2010***