

**Etec Padre José Nunes Dias**  
**Centro Paula Souza**  
**Técnico em Administração**

**Aline Aparecida Paiva da Silva**  
**Anselmo Marques da Silva Junior**  
**Camila Aparecida Santorello Deroco**  
**Caroline Santorello Deroco**  
**Gisele Maria da Silva**  
**Joselene de Fátima Pericoco Palermo**

**APLICATIVO PARA LOCOMOÇÃO**

**ENTRE PEQUENAS CIDADES:**

**Carona Connect**

**Monte Aprazível**

**2024**

**Aline Aparecida Paiva da Silva**  
**Anselmo Marques da Silva Junior**  
**Camila Aparecida Santorello Deroco**  
**Caroline Santorello Deroco**  
**Gisele Maria da Silva**  
**Joselene de Fátima Pericoco Palermo**

## **APLICATIVO PARA LOCOMOÇÃO ENTRE PEQUENAS CIDADES:**

### **Carona Connect**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Padre José Nunes Dias, orientado pela Profa. Esp. Andréa Nunes Matias e coorientado pelo prof. Heliton José Gonçalves Moía e como requisito parcial para obtenção do título de técnico em administração.

**Monte Aprazível**

**2024**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos primeiramente a Deus, nossas famílias, professores, colegas e a ETEC Padre José Nunes Dias pelo acolhimento e apoio nessa jornada.

## SUMÁRIO

<b>LISTA DE FIGURAS .....</b>	<b>6</b>
<b>1.SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>7</b>
1.1 Objetivo Geral .....	8
1.1.1 Missão .....	8
1.1.2 Visão .....	8
1.1.3 Valores .....	8
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Planejamento estratégico .....	9
<b>3. PRODUTOS/SERVIÇOS .....</b>	<b>9</b>
3.1 Proposta de Valor .....	9
<b>4. ANÁLISE DE MERCADO .....</b>	<b>10</b>
4.1 Concorrentes .....	11
4.2 Análise de Ambiente .....	12
4.2.1 Ambiente Externo .....	12
4.2.2 Ambiente Interno .....	13
4.3 Pesquisa de mercado .....	13
4.4 Segmento de clientes .....	15
4.5 Pesquisa concorrentes .....	15
<b>5. PLANO DE MARKETING .....</b>	<b>15</b>
5.1 Definição de Estratégias para Relacionamento com o Público-Alvo .....	15
5.2 Os quatro Ps do Marketing .....	15
5.2.1 Produto .....	15
5.2.2 Preço .....	16
5.2.3 Praça .....	16
5.2.4 Promoção .....	17
5.3 Como Nossos Clientes Nos vê? .....	17
5.4 Público-alvo .....	17
5.5 Definição da Marca (Slogan) .....	19
5.6 Definição de Metas e Objetivos .....	20

5.7 Marketing e Aquisição de Usuários: .....	20
5.8 Melhoria de Produto: .....	20
5.9 Parcerias Estratégicas: .....	21
5.10 Engajamento e Retenção de Usuários: .....	21
5.11 Segurança e Suporte: .....	21
5.12 Aplicação de Tipos de Marketing .....	22
5.13 Tipo de Marketing: .....	22
5.14 Marketing Para Feira do Empreendedor.....	24
5.15 Nossos Parceiros.....	24
<b>6. PLANO OPERACIONAL .....</b>	<b>25</b>
6.1 Layout da Empresa.....	25
6.2 Layout Virtual.....	26
6.3 Fluxograma Empresa .....	27
6.4 Fluxograma Cliente.....	28
6.5 Organograma .....	29
6.6 Stand de feira.....	30
6.7 Futuras Instalações.....	32
<b>7. PLANO FINANCEIRO.....</b>	<b>33</b>
7.1 Investimentos Iniciais .....	33
7.2 Receita e Custos.....	35
7.2.1 Receitas Operacionais.....	35
7.2.2 Custo Fixo Anual (1ºano).....	35
7.2.3 Custo Variável (1º ano).....	36
7.3 Demonstrativos Resultado de Exercício .....	36
<b>8. CONCLUSÃO .....</b>	<b>37</b>
<b>9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>38</b>
<b>10. APÊNDICE .....</b>	<b>39</b>

## LISTA DE FIGURAS

Imagem 1 - Horários de ônibus ida e volta de Monte Aprazível para Rio Preto. ....	10
Imagem 2- Tabela referente a análise de ambiente interno.....	13
Imagem 3- Principal motivação para as viagens do público-alvo.....	18
Imagem 4- Gênero do público-alvo.....	18
Imagem 5- Vantagens competitivas do Carona Connect x concorrentes. ....	19
Imagem 6- Banner da campanha de marketing digital.....	23
Imagem 7- QR Code de acesso à campanha do Carona Connect.....	24
Imagem 8- Desenho da planta da empresa.....	25
Imagem 9- Perfil do Carona Connect no Instagram.....	26
Imagem 10- Funcionamento do aplicativo.....	27
Imagem 11- Processo do cliente.....	28
Imagem 12- Hierarquia.....	29
Imagem 13-Layout 3D do stand de feira do Carona Connect.....	30
Imagem 14- Layout 3D do stand de feira do Carona Connect 2.....	31
Imagem 15- Planta baixa 2D do stand de feira.....	31
Imagem 16- Imagem 3D da empresa Carona Connect 1.....	32
Imagem 17- Imagem 3D da empresa Carona Connect 2.....	32
Imagem 18- Imagem 3D da empresa Carona Connect 3.....	33
Imagem 19- Orçamento para investimentos iniciais.....	34
Imagem 20- Origem dos recursos.....	34
Imagem 21- Receitas operacionais dos 3 primeiros anos por trimestre.....	35
Imagem 22- Custo fixo no primeiro ano.....	35
Imagem 23- Custo variável no primeiro ano.....	36
Imagem 24- Demonstrativos resultado de exercício.....	36

## 1.SUMÁRIO EXECUTIVO

### Resumo

Um problema muito comum em cidades pequenas é a falta de disponibilidade dos horários de ônibus, muitos viajantes vão à outra cidade (para estudo, lazer, trabalho, entre outros motivos) e isto causa um transtorno àqueles que necessitam de locomoção em horários de menor movimento. O nosso projeto propõe uma alternativa a esta dependência do transporte rodoviário.

Carona Connect foi criada com o intuito de simplificar o cotidiano dos trabalhadores e indivíduos que necessitam de deslocamento para municípios próximos, porém não dispõem de um carro próprio. Além disso, visa atender aqueles que possuem veículo, mas não encontram viabilidade financeira em realizar viagens diárias com ele. A proposta é unir esses dois perfis de clientes e proporcionar maior comodidade a ambos.

Nossa principal meta é apresentar aos nossos consumidores uma nova abordagem de deslocamento nas cidades, com rapidez, eficiência, comodidade, adaptabilidade e proteção.

Nosso objetivo é ser a principal opção para o deslocamento de indivíduos em um alcance de 50km, seja para o trabalho, diversão, estudos ou qualquer outra atividade, contribuindo para uma maior fluidez na locomoção urbana em municípios de menor porte.

Demonstramos consideração pelos nossos clientes ao cumprirmos horários estabelecidos, sempre agindo com integridade ética, moral e física.

Na Carona Connect, enxergamos a necessidade de se locomover como uma dificuldade compartilhada por muitos. Por isso, disponibilizamos alternativas com preços acessíveis e benefícios equitativos para os nossos clientes.

Priorizando a proteção dos nossos clientes através de critérios rigorosos na escolha dos passageiros e condutores, proporcionando uma experiência de viagem tranquila e segura, visando sempre o conforto e a qualidade do serviço prestado aos nossos usuários.

**Palavras-chave:** aplicativo; carona; locomoção; transporte.

**Keywords:** *application; ride; locomotion; transport.*

## 1.1 Objetivo Geral

Trazer maior segurança, conforto e rapidez na locomoção entre as cidades, além de ser algo mais econômico e sustentável.

### 1.1.1 Missão

Oferecer aos nossos clientes um novo conceito de mobilidade urbana, com agilidade, economia, conforto, flexibilidade e segurança.

### 1.1.2 Visão

Ser referência no transporte de pessoas aos seus trabalhos e lazer em um raio de 50km, transformando a mobilidade urbana nas pequenas cidades.

### 1.1.3 Valores

**Respeito-** Respeitando os nossos clientes com horários definidos agindo com ética, integridade moral e física.

**Empatia-** Vemos o seu problema de mobilidade como o problema de muitos, oferecemos uma opção com custos acessíveis e ganhos justos.

**Diversidade-** Abrangemos diversas classes sociais e culturais.

**Segurança-** Buscando sempre a segurança dos nossos clientes seguindo padrões rígidos de seleção dos nossos motoristas e passageiros, oferecendo uma viagem tranquila e segura.

**Honestidade-** Buscamos sempre o bem-estar de nossos clientes e levamos um bom serviço.

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

O Carona Connect foi estudado para poder ajudar os condutores, moradores e trabalhadores para que pudessem ter mais tempo entre as viagens e maior conforto ao se locomoverem, podendo viabilizar ambos, foi analisado uma grande falta de transporte e muitos condutores com dificuldades de irem sozinhos a cidades próximas, pois os gastos não seriam somente com a gasolina seriam também com pneus, óleo entre outros.

O projeto foi desenvolvido para trazer inovação e segurança no meio de locomoção onde pessoas que estão buscando por carona possam se unir a motoristas que precisam de auxílio financeiro, realizando viagens mais acessíveis e confortáveis,



além de que diminuiremos a emissão de gás carbono, ajudando assim o meio ambiente, e também o congestionamento nas estradas o Carona Connect não é só uma solução para o transporte urbano em pequenas cidades do interior paulista, mas também cria afeto e conexões entre pessoas.

Através da tecnologia, otimizamos a utilização dos espaços vazios nos carros e nas estradas, conectando passageiros que buscam caronas ou viagens. Tornando assim as viagens mais acessíveis, sociais e convenientes.

## **2.1 Planejamento estratégico**

Por esse motivo nossa empresa surgiu com o intuito de auxiliar na locomoção dos passageiros que dependem de ônibus de linha, mas que tem horários limitados, iremos melhorar a qualidade e facilidade para os trabalhadores que dependem unicamente desses ônibus, nossos horários e dias de funcionamento serão muito mais flexíveis, também para os motoristas que tem seu veículo próprio mas não podem se dirigir aos seus destinos devido ao alto custo, o aplicativo será uma alternativa para esses motoristas.

## **3. PRODUTOS/SERVIÇOS**

O produto é o Carona Connect, um aplicativo que traz flexibilidade para os usuários que precisam de deslocamento para o trabalho, lazer, entre outros.

### **3.1 Proposta de Valor**

#### **Criadores de ganhos.**

- Chegar mais rápido ao seu destino;
- Ter mais tempo com a família e amigos;
- Ter mais tranquilidade para planejar o meu dia;
- Motorista que pode utilizar o seu carro, com menos custos.

### Aliviam as dores.

- Iremos deixar disponíveis avaliações de ambos clientes.
- Viajando conosco nossos clientes terão mais tempo livre para amigos e familiares.
- Com seu tempo livre ele poderá realizar outras atividades no seu dia a dia.

## 4. ANÁLISE DE MERCADO

Atualmente na cidade onde será implantado o aplicativo inicial, não possuem concorrentes diretos, somente concorrentes indiretos que são os ônibus intermunicipais. A quantidade de passageiros levados por horários é em média de 80 pessoas, sendo 40 passageiros sentados e 40 em pé.

Monte Aprazível x São José do Rio Preto, segunda a sexta-feira, início 04:55 A.M às 20:50 p.m. aos sábados, domingo e feriados 04:50 às 17:55

São José do Rio Preto x Monte Aprazível, saída direta, segunda e sexta-feira às 06:00 até as 22:30, aos sábados e domingos das 07:05 às 19:55

Imagem 1 - Horários de ônibus ida e volta de Monte Aprazível para Rio Preto.

<b>Itamarati</b>		<b>MONTE APRAZÍVEL X SÃO JOSÉ DO RIO PRETO - 01/11/2023</b>						
<b>SEGUNDA - SEXTA FEIRA</b>								
04:55	05:30 Av. estudante	05:45	05:55	06:15	06:50 Via Mirassol	07:01	08:00	
09:35 Via Mirassol	11:00 Via Neves	13:00	15:00	16:50 Via Mirassol	17:50	18:40 Via Neves	20:50	
<b>SÁBADO</b>								
04:50 Via Neves	05:45	06:50 Via Mirassol	08:20 Via Neves	09:35 Via Mirassol	11:00 Via Neves	16:50 Via Mirassol	17:55 Via Neves	
<b>DOMINGO / FERIADOS</b>								
04:50 Via Neves	09:35 Via Mirassol	11:00 Via Neves	16:50 Via Mirassol	17:55 Via Neves				
<b>Itamarati</b>		<b>SÃO JOSÉ DO RIO PRETO X MONTE APRAZÍVEL - 01/11/2023</b>						
<b>SEGUNDA - SEXTA FEIRA</b>								
06:00	07:00	09:10	11:10	11:30 Macaubal Via Mirassol	13:45	15:10	16:10 Nhandeara	
16:50	17:10	17:35 Macaubal	18:05	18:30 Macaubal Via Mirassol	19:00	19:55 Via Neves	22:30 Via Neves	
<b>SÁBADO</b>								
07:05 Via Neves	09:15 Via Neves	11:30 Macaubal Via Mirassol	12:30	13:50 Via Neves	15:40 Macaubal Via Mirassol	18:30 Via Mirassol	19:55 Via Neves	
<b>DOMINGO</b>								
07:05 Via Neves	13:50 Via Neves	15:40 Macaubal Via Mirassol	18:30 Via Mirassol	19:55 Via Neves				
<b>Legenda</b>								
Via Neves								
Via Mirassol								
Nhandeara								
Macaubal								
DIRETO								

Fonte: Itamarati, 2024.

Por esse motivo nossa empresa surgiu com o intuito de auxiliar na locomoção dos passageiros que dependem dos ônibus de linha, mas com horários limitados. Iremos melhorar a qualidade e facilidade para os trabalhadores que necessitam unicamente dos ônibus e nossos horários e dias de funcionamento serão mais flexíveis para se dirigirem aos seus destinos. Pelo alto custo o compartilhamento irá ser economicamente mais viável para os condutores e passageiros. Nosso aplicativo é uma ótima alternativa para ambos os clientes.

#### **De Monte Aprazível X São José do Rio Preto**

O aplicativo será executado nos horários de pico entre 04:50 até às 20:50 de segunda a sexta-Feira

Aos Sábados, Domingos e feriados, seriam das 04:50 às 20:00

#### **De São José do Rio Preto X Monte Aprazível**

Os horários seriam de segunda sexta-feira até às 21:30

Sábado, Domingo e Feriados 06:00 às 20:00

### **4.1 Concorrentes**

Nossos concorrentes seriam Uber, Moto Táxi, Táxi, Ônibus. Portanto, nosso intuito é que nossos custos e benefícios sejam pensados em nossos clientes. Podendo cessar todos os desafios que os trabalhadores enfrentam no dia a dia na viagem exausta.

Nosso posicionamento seria através da nossa integridade e ética, levando segurança e confiança aos nossos clientes, pois por estarmos iniciando no mercado, o objetivo é sempre a transparência com os mesmos.

Para traçarmos metas e alcançarmos os nossos objetivos, teríamos parceiros com automotivas, borracharias, postos de combustíveis e com esse intuito conseguiríamos alcançar nossos objetivos, sempre visando o futuro da nossa empresa.

## 4.2 Análise de Ambiente

### 4.2.1 Ambiente Externo

- Concorrentes: É uma influência negativa, pois se não soubermos dar segmento ao nosso negócio, a credibilidade diminui com os demais concorrentes.
- Consumidores: Os nossos consumidores são uma influência positiva, é através deles que passaremos credibilidade ou ameaça, pois precisamos conquistar a confiança dos mesmos para alcançarmos no mercado empreendedor.
- Fatores políticos: Influenciam diretamente no ambiente de negócios, para que assim o público possa ter privacidade e confiança de estarem consumindo um produto sem receio de problemas futuros.
- Fatores econômicos: Influenciam de forma positiva, pois o nosso recurso terá um custo-benefício e acessibilidade para todos os clientes que estarão fiscalizados com a nossa empresa.
- Sociais: Nas questões sociais influenciará de forma positiva instigando que eles tenham desejo em consumir nosso produto, e ao aprovarem divulgaram para o seu ciclo social.
- Culturais: Todos os padrões de cultura serão aceitos dentro da nossa empresa, sem olhares discriminantes com os mesmos.
- Legais: Nossa empresa estará dentro da lei, portanto não será aceito atitudes ilegais e tudo estará de acordo com as regulamentações éticas.
- Tecnológico: Com as novas tecnologias iremos cada vez mais ter oportunidades para conquistar clientes e alavancar na carreira profissional.

## 4.2.2 Ambiente Interno

Imagem 2- Tabela referente a análise de ambiente interno.

<b>Informações</b>	<b>Minha empresa</b>	<b>Concorrente A</b>	<b>Concorrente B</b>
<b>Atuação</b>	Cidades da região	Itamarati	Uber / Taxi / Moto-taxi
<b>Público Alvo</b>	73,8% mulheres	Não há informações	Não há informações
	26,2% homens entre 18 e 55 anos		
<b>Pontos Fortes</b>	Agilidade, flexibilidade de horários, comodidade	Valores da passagem	Não há informações
<b>Pontos Fracos</b>	Insegurança do cliente ao usar o aplicativo	Super lotação, Demora, Poucos horários	Valores muito altos
<b>Estratégias utilizadas</b>	Propaganda	Feedback	Feedback de clientes
	Instagram	Instagram	
	Panfletos	Site	
	Feedback de clientes		

Fonte: Próprio autor, 2024.

Dentro do ambiente interno, teremos acesso ao Wi-Fi, computador para apresentar de perto nossa empresa para o cliente. Os nossos recursos financeiros seriam o investimento em cadeiras, instalações, mesa, computadores e oferecemos um atendimento humanizado e ético com valores e respeito com o intuito de passarmos responsabilidade e confiança para nossos clientes.

## 4.3 Pesquisa de mercado

Com o crescimento das plataformas de caronas, a utilização de veículos compartilhados tem se tornado uma alternativa aos meios de transporte tradicionais, promovendo uma mobilidade mais sustentável e eficiente.

As caronas apresentam vantagens não apenas econômicas, mas também ambientais, ao reduzir a emissão de gases de efeito estufa e o número de veículos em circulação, as caronas informais e a influência do BlaBlaCar.

O BlaBlaCar, plataforma líder em caronas na Europa, inspirou diversas iniciativas globais de compartilhamento de veículos.

Além de facilitar o transporte, a plataforma promove uma cultura de condução mais consciente e oferece uma alternativa informal para caronas, que anteriormente eram realizadas sem regulamentação.

A popularidade da plataforma mostra que as caronas têm o potencial de complementar e até substituir outros meios de transporte em determinadas situações, promovendo uma mobilidade mais inteligente.

### **Impacto ambiental**

Um dos maiores benefícios das caronas é a redução de emissões de CO<sub>2</sub>, em 2018, os membros do BlaBlaCar foram responsáveis por poupar aproximadamente 1,6 milhão de toneladas de CO<sub>2</sub>, devido à eficiência de um carro cheio em comparação com carros com menor ocupação, esse impacto ambiental é significativo, pois reduz a pegada de carbono do setor de transporte, uma das indústrias mais poluentes.

A eficiência e sustentabilidade das caronas se baseia na premissa de que um veículo com ocupação máxima é mais sustentável que vários veículos com apenas um ocupante, a prática de compartilhar veículos diminui o consumo de combustível e contribui para um trânsito mais leve, menos congestionado e, conseqüentemente, com menores índices de poluição.

O Carona Connect, inspirado no modelo do BlaBlaCar, surge como uma alternativa necessária para promover uma mobilidade mais sustentável e econômica, assim como o BlaBlaCar, o Carona Connect contribui para a redução de emissões de CO<sub>2</sub> ao incentivar a ocupação completa dos veículos, diminuindo a quantidade de carros em circulação e, conseqüentemente, a poluição.

A plataforma também melhora a experiência de condução e oferece uma opção de transporte eficiente, especialmente em áreas com poucas alternativas de deslocamento, além disso, o Carona Connect fortalece a ideia de caronas informais e regulamentadas, oferecendo uma solução que complementa e melhora os meios de transporte convencionais, com um impacto ambiental positivo.

A quantidade de CO<sub>2</sub> poupada ao longo dos anos e comparar as emissões de um veículo cheio versus um veículo com baixa ocupação.

Destacamos como os aplicativos de carona são benéficos não só para os usuários, mas também para o meio ambiente.

A utilização de caronas informais e regulamentadas proporciona uma forma de transporte sustentável, alinhada com as necessidades contemporâneas de mobilidade e responsabilidade ambiental.

#### **4.4 Segmento de clientes**

1. Pessoas que precisam de transporte (passageiro);
2. Pessoas que precisam de dividir custos (motoristas);
3. Pessoas não habilitadas.

#### **4.5 Pesquisa concorrentes**

Atualmente na cidade onde será implantando o aplicativo inicial, não possuem concorrentes diretos, somente concorrentes indiretos que são os ônibus intermunicipais.

### **5. PLANO DE MARKETING**

#### **5.1 Definição de Estratégias para Relacionamento com o Público-Alvo**

Nossas principais ferramentas de captação de clientes seriam nas redes sociais: Instagram; Facebook; propaganda tal como as de ruas e outdoors; publicidade boca a boca onde nossos clientes divulgariam nosso trabalho. Nosso marketing engloba direcionar nossos anúncios para as pessoas da nossa cidade e levar para rádios locais, eventos nos quais conseguiríamos alcançar pessoas que se enquadram em nossa empresa também por meio de propagandas com carro de som. Para passarmos maior credibilidade aos nossos clientes, teríamos um local fixo e agradável para recebê-los e sanarem as suas dúvidas.

#### **5.2 Os quatro Ps do Marketing**

##### **5.2.1 Produto**

Carona Connect é um aplicativo de carona que conecta passageiros a motoristas disponíveis, oferecendo uma alternativa de transporte segura, econômica e eficiente.

Para o produto, considere os seguintes aspectos:

- Funcionalidades Principais: Solicitação de carona, rastreamento em tempo real, avaliação de motoristas e passageiros, pagamento in-app.
- Segurança: Verificação de antecedentes de motoristas, botão de emergência, compartilhamento de rota com contatos de segurança. User Experience (UX): Interface intuitiva, suporte ao cliente 24/7, processo de cadastro simplificado.

- Diferenciais: Oferecer opções de caronas exclusivas para mulheres, caronas para grupos, programas de fidelidade e descontos para usuários frequentes.

### 5.2.2 Preço

A estratégia de preços deve ser competitiva e refletir o valor oferecido pelo Carona Connect:

- Modelo de Preço: Tarifação dinâmica baseada em demanda, distância e tempo de viagem.
- Promoções e Descontos: Oferecer descontos para novos usuários, pacotes de viagens pré-pagos com descontos, tarifas reduzidas em horários de menor movimento.
- Transparência: Mostrar estimativas de preço antes da confirmação da carona, sem taxas ocultas.
- Programas de Fidelidade: Pontos acumulativos para viagens futuras, descontos especiais para usuários frequentes.

### 5.2.3 Praça

A distribuição do Carona Connect deve focar em maximizar a acessibilidade e a conveniência para os usuários:

- Lançamento Geográfico: Inicialmente focando em grandes cidades e regiões metropolitanas com alta demanda por serviços de carona.
- Parcerias Locais: Colaborações com empresas locais, universidades e eventos para expandir a base de usuários.
- Plataformas: Disponível em Android e iOS, bem como através de um site responsivo. Marketing Local:
- Campanhas de marketing focadas em áreas específicas para criar conhecimento da marca e adoção inicial.



### 5.2.4 Promoção

As estratégias de promoção devem comunicar eficazmente os benefícios e diferenciais do Carona Connect:

- Marketing Digital: Utilização de redes sociais, Google Ads, e campanhas de e-mail para alcançar o público-alvo.
- Marketing de Influência: Parcerias com influenciadores e blogueiros de mobilidade urbana e sustentabilidade.
- Eventos e Ativações: Presença em eventos locais, feiras e campanhas de conscientização sobre caronas compartilhadas.
- Relações Públicas: Releases e histórias em veículos de mídia para aumentar a visibilidade da marca e destacar casos de sucesso.
- Programas de Indicação: Incentivar os usuários atuais a indicar novos usuários com recompensas e descontos.

Essas estratégias ajudam a posicionar o Carona Connect como uma escolha confiável, acessível e conveniente no mercado de aplicativos de carona, diferenciando-se pela segurança e inovação.

### 5.3 Como Nossos Clientes Nos vê?

O cliente verá nosso negócio como uma solução dos problemas que englobam horários extensos de espera pelos ônibus, viagem confortável sentado o percurso todo e chegará mais cedo em seus lares. Para o cliente será um portal de vantagens com as viagens de um raio de 50km.

### 5.4 Público-alvo

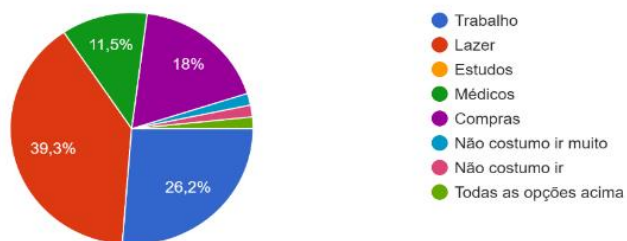
Inicialmente, o aplicativo tinha como objetivo melhorar a ida e a volta dos trabalhadores à cidade de São José do Rio Preto, mas de acordo com as pesquisas feitas pelo Google Forms apresentada logo abaixo, foi analisado que 39,3% vão a lazer e 26,2% vão a trabalho, com a maioria de mulheres.

Faixa etária de 18 a 55 anos, nas classes C e D, sendo assim, a conclusão é que nosso público-alvo atualmente seria de mulheres com destinos de trabalho, lazer e compras.

Imagem 3- Principal motivação para as viagens do público-alvo.

Qual motivo?  
61 respostas

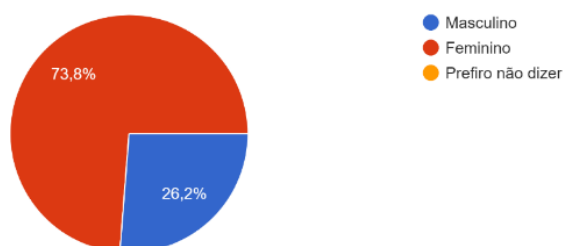
Fonte:



Próprio autor, 2024.

Imagem 4- Gênero do público-alvo.

Qual gênero?  
61 respostas



Fonte: Próprio autor, 2024.

Imagem 5- Vantagens competitivas do Carona Connect x concorrentes.

		Carona Connect				
Agilidade	5					
Segurança	5					
Conforto	5					
Praticidade	5					
Custo benefício	5					
Sustentabilidade	5					
TOTAL	30					
Conceito	Exelente	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Não tem
Conceito	5	4	3	2	1	0
Vantagens Competitivas			Itamarati	concorentes		
Agilidade	3					
Segurança	4					
Conforto	1					
Praticidade	1					
Custo benefício	4					
Sustentabilidade	3					
TOTAL	16					
Conceito	Exelente	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Não tem
Conceito	5	4	3	2	1	0
Vantagens Competitivas			Uber, taxi	concorentes		
Agilidade	3					
Segurança	4					
Conforto	5					
Praticidade	2					
Custo benefício	0					
Sustentabilidade	1					
TOTAL	15					

Fonte: Próprio autor, 2024.

### 5.5 Definição da Marca (Slogan)

O logo da empresa foi criado com as cores azul para trazer mais segurança para as pessoas, com símbolos que transmitem também conforto e aconchego.

No Slogan a frase **“Carona Connect: A Carona que Conecta Vidas”**, para demonstrar o significado de que as pessoas são importantes e vamos fazer o máximo para se sentirem bem usando o nosso aplicativo.

A marca Carona Connect é caracterizada pela praticidade, qualidade e preços de custo acessíveis, nossa marca é mais que um símbolo, é um reflexo do nosso compromisso com você.

## **5.6 Definição de Metas e Objetivos.**

### **Aumentar a Base de Usuários:**

- Atingir um crescimento de 20% no número de usuários nos próximos seis meses.
- Expandir a presença para novas cidades e regiões.

### **Melhorar a Experiência do Usuário:**

- Reduzir o tempo médio de espera para uma carona para menos de 5 minutos.

### **Obter uma taxa de satisfação do usuário de 90% ou mais.**

- Promover a sustentabilidade:
- Incentivar o compartilhamento de caronas para reduzir a emissão de carbono
- Colaborar com empresas e organizações para promover o uso do aplicativo entre seus funcionários.

### **Aumentar a Segurança e a Confiança:**

- Implementar verificações rigorosas de antecedentes para motoristas e passageiros.
- Integrar funcionalidades de segurança, como compartilhamento de localização em tempo real e botões de emergência.

## **5.7 Marketing e Aquisição de Usuários:**

- Lançar campanhas de marketing digital nas redes sociais e Google ADS:
- Oferecer promoções e descontos para novos usuários e referências
- Realizar eventos promocionais em universidades e centros comerciais.

## **5.8 Melhoria de Produto:**

- Desenvolver e lançar novas funcionalidades, como agendamento de caronas e preferências de carona.
- Melhorar a interface do usuário para torná-la mais intuitiva e amigável. Integrar métodos de pagamento adicionais, incluindo carteiras digitais.

### **5.9 Parcerias Estratégicas:**

- Estabelecer parcerias com empresas locais e instituições de ensino para promover o aplicativo.
- Colaborar com governos municipais para apoiar iniciativas de mobilidade urbana sustentável.

### **5.10 Engajamento e Retenção de Usuários:**

- Implementar um programa de fidelidade para recompensar usuários frequentes.
- Coletar e analisar feedback dos usuários regularmente para identificar áreas de melhoria.
- Enviar notificações e atualizações personalizadas para manter os usuários engajados.

### **5.11 Segurança e Suporte:**

- Treinar e certificar motoristas em protocolos de segurança e atendimento ao cliente.
- Disponibilizar suporte ao cliente 24/7 para resolver problemas e dúvidas rapidamente.
- Monitorar ativamente a qualidade das corridas e tomar medidas corretivas quando necessário.
- Indicadores de Sucesso (KPIs)Crescimento de Usuários:
- Número de novos registros mensais.
- Satisfação do Usuário: Avaliações e feedbacks dos usuários.
- Tempo de Espera:
- Média de tempo até a chegada de uma carona.
- Taxa de Retenção: Percentual de usuários que continuam usando o aplicativo após o primeiro mês.
- Número de Corridas Completas:
- Total de corridas realizadas semanalmente e mensalmente.
- Participação em Campanhas de Sustentabilidade:
- Número de caronas compartilhadas e redução estimada de emissões de carbono.

### 5.12 Aplicação de Tipos de Marketing

- Alta administração:
- Motivação e valores pessoais
- Feedback sobre nossos serviços
- Perfil demográfico
- Visão da empresa

#### Tático:

- Analisar comportamentos e preferências do cliente
- Mídias sociais usadas
- Histórico de atividade e interação com a empresa

#### Ações do Tipo de Marketing:

- Operacional:
- Visão das tarefas rotineiras
- Definições e objetivos do serviço e da empresa
- Gerenciar e acompanhar o desempenho e a produtividade da equipe

### 5.13 Tipo de Marketing:

**Marketing Tradicional:** Nossos serviços de transporte irão te levar com segurança e conveniência para onde você precisar estar.

**Marketing Digital:** Com um click em nosso QR Code você conhece nossos serviços, não queremos apenas atrair clientes, queremos ganhar seu respeito e sua confiança.

Imagem 6- Banner da campanha de marketing digital.



Fonte: Próprio autor, 2024

**Marketing de relacionamento:** não é apenas sobre oferecer um serviço, mas também sobre manter as conexões e garantir que os clientes voltem e conte com a nossa empresa.

**Marketing de Guerrilha:** não é só ser ousado, é sobre ser surpreendente, ser diferente e ser eficiente, e tudo isso você encontra no Carona Connect.

Imagem 7- QR Code de acesso à campanha do Carona Connect.



Fonte: Próprio autor, 2024

#### **5.14 Marketing Para Feira do Empreendedor**

1. Divulgação: Nós criamos um Instagram com intuito das pessoas nos acompanhar e poder visualizar nossos serviços e nossa empresa, compartilhando uma visão e uma missão.
2. Folders: Temos também nossos panfletos que não são apenas papéis jogados para o alto, eles são mensagens dos objetivos que queremos passar adiante.
3. Ação: para nossa divulgação, vamos focar na segurança e não apenas em oferecer um serviço, oferecemos uma experiência que você pode sentir.

Queremos fazer você sonhar com as possibilidades e se apaixonar pela magia de ser nosso cliente.

#### **5.15 Nossos Parceiros**

Hoje nossos parceiros são: borracheiros oferecendo assistência rápida, conserto e troca de pneus e descontos para usuários do aplicativo. Postos de gasolinas oferecem descontos para clientes cadastrados no aplicativo, assim também



promovendo o aplicativo. Os mecânicos oferecem consertos no motor, fazer revisão semanal nos carros, trocar o óleo do motor, alinhamento de eixo e muito mais.

Os guinchos com serviço de reboque para carros direto do aplicativo, utilizando local em tempo real. As auto elétricas oferecem conserto de faróis, ar condicionado, e eletrônica em geral para carros dos clientes cadastrados.

Os parceiros citados acima podem divulgar o aplicativo e oferecer serviços e descontos para clientes cadastrados assim as duas partes ganham.

## 6. PLANO OPERACIONAL

A empresa Carona Connect é um aplicativo de carona, criado com o objetivo de proporcionar maior flexibilidade de horários, conforto, rapidez e ser mais econômico do que ônibus e táxis.

O escritório da empresa vai ter a recepção e sala de atendimento, cozinha, sala do servidor, banheiros, sala de reuniões e sala da presidência.

### 6.1 Layout da Empresa

Imagem 8- Desenho da planta da empresa.



Fonte: Próprio autor, 2024.

## 6.2 Layout Virtual

O perfil da empresa (disponível em: <https://www.instagram.com/caronaconnect/>) fornece artigos, conteúdos informativos, peças publicitárias e interage com os seguidores para engajar as publicações.

Imagem 9- Perfil do Carona Connect no Instagram.

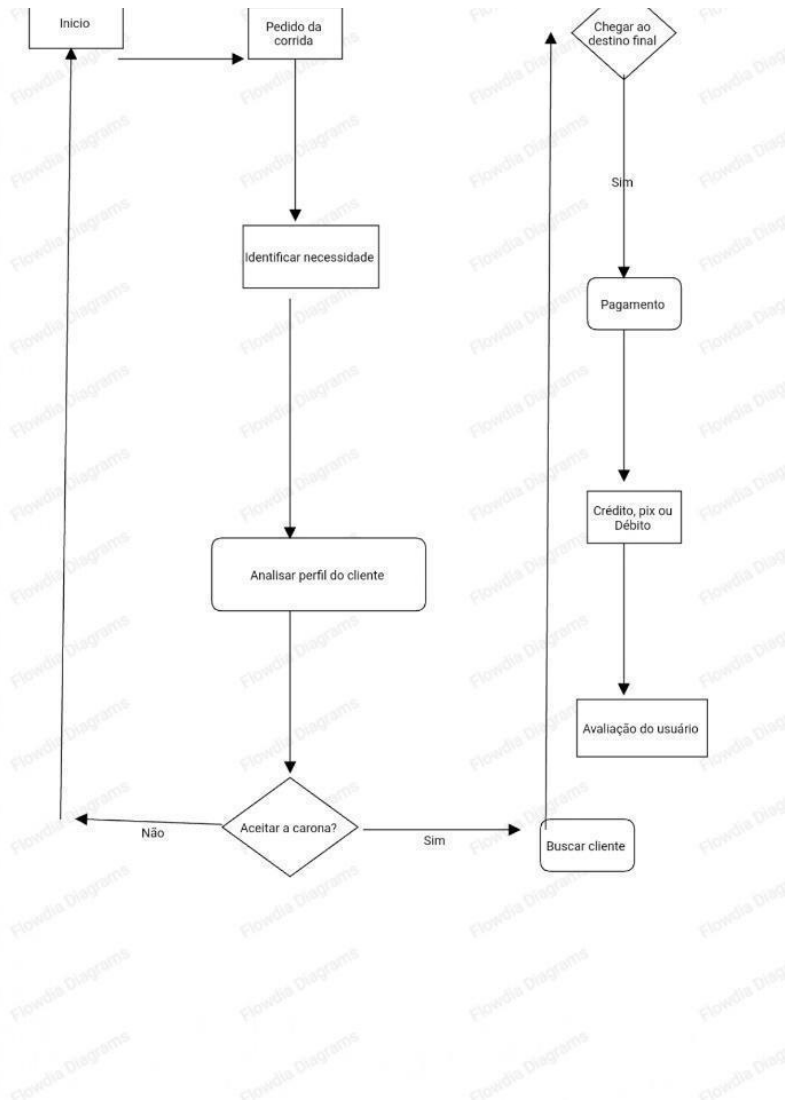


Fonte: Próprio autor, 2024.

### 6.3 Fluxograma Empresa

O fluxograma abaixo demonstra as etapas do processo de uso do aplicativo e vai desde o pedido da corrida até chegar ao destino final.

Imagem 10- Funcionamento do aplicativo.

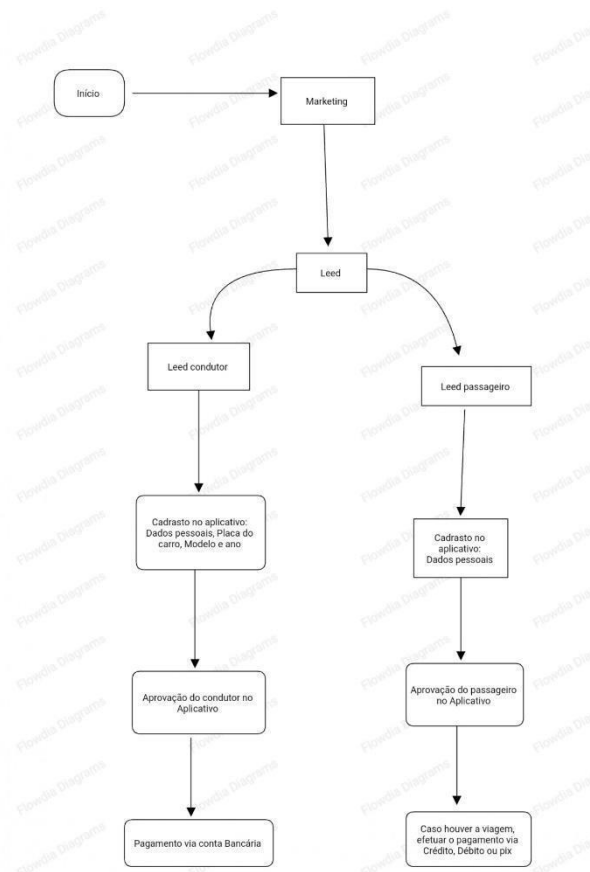


Fonte: Próprio autor, 2024

## 6.4 Fluxograma Cliente

Este fluxograma demonstra o processo do ponto de vista do cliente, desde a captação por meio do marketing, até o uso da plataforma.

Imagem 11- Processo do cliente.

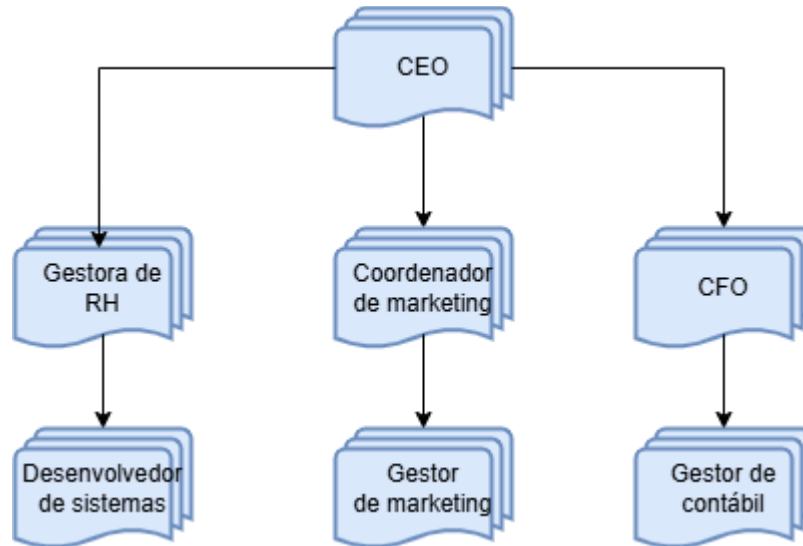


Fonte: Próprio autor, 2024

## 6.5 Organograma

O organograma a seguir demonstra a organização hierárquica dos cargos da empresa.

Imagem 12- Hierarquia.



Fonte: Próprio autor, 2024.

## 6.6 Stand de feira

As imagens a seguir são imagens referentes ao layout 3D do stand de feira, simples e econômico, feito para participar de eventos e divulgar a marca no mercado, tudo isso sobre a cor azul que é a cor principal da marca.

Imagem 13-Layout 3D do stand de feira do Carona Connect.



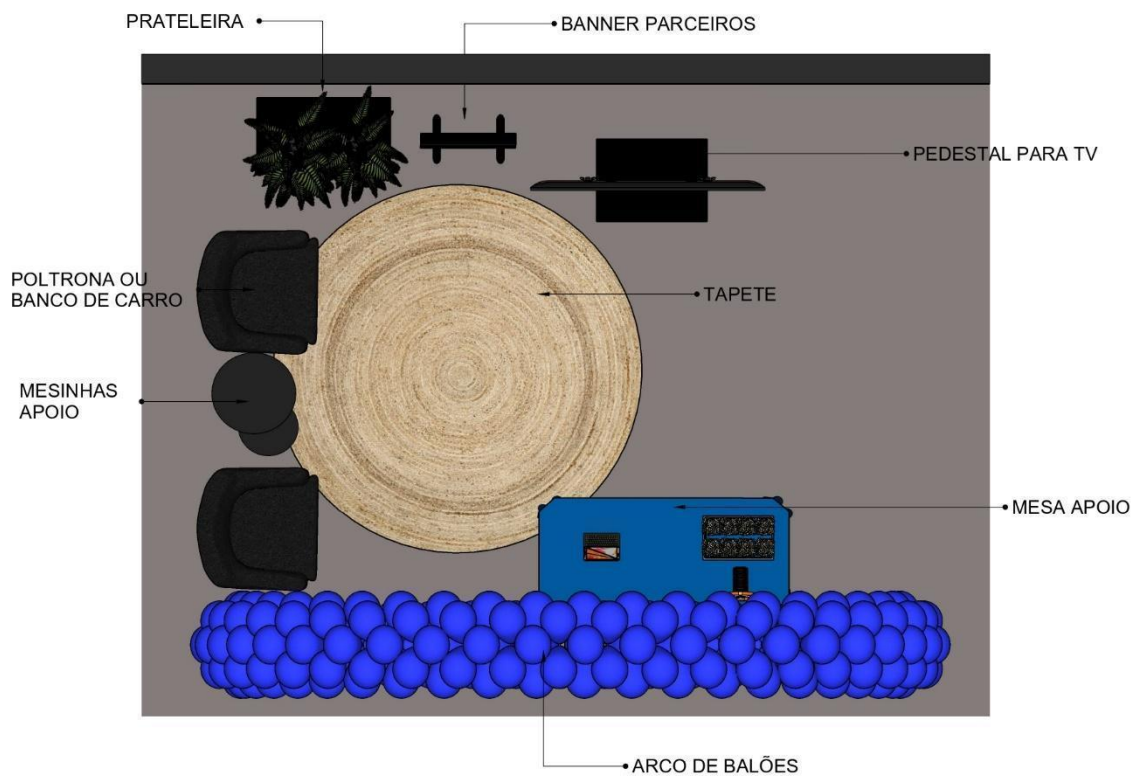
Fonte: Próprio autor, 2024

Imagem 14- Layout 3D do stand de feira do Carona Connect 2.



Fonte: Próprio autor, 2024

Imagem 15- Planta baixa 2D do stand de feira.



Fonte: Próprio autor, 2024.

## 6.7 Futuras Instalações

As futuras instalações da empresa serão modernas e com visual limpo, integrado com o meio ambiente. O imóvel abará reuniões, gravações de conteúdo e outros eventos da empresa.

Imagem 16- Imagem 3D da empresa Carona Connect 1.



Fonte: Próprio autor, 2024.

Imagem 17- Imagem 3D da empresa Carona Connect 2.



Fonte: Próprio autor, 2024.



Imagem 18- Imagem 3D da empresa Carona Connect 3.



Fonte: Próprio autor, 2024.

## **7. PLANO FINANCEIRO**

### **7.1 Investimentos Iniciais**

A imagem 14 contém os custos para investimentos iniciais, estes custos estão associados a: estudo de mercado, registro de marcas e patentes, honorários, registro de empresa, máquinas e equipamentos, móveis, utensílios, capital de giro, criação do aplicativo e licenciamento de software.

Imagem 19- Orçamento para investimentos iniciais.

Descrição				Valor
1.	Estudo de mercado			R\$ 2.500,00
2.	Registro de marcas e patentes			R\$ 1.100,00
	Honorários			R\$ 500,00
4.	Registro da Empresa			R\$ 1.400,00
5.	Máquinas e Equipamentos			R\$ 5.000,00
6.	Móveis / Utensílios			R\$ 2.000,00
7.	Capital de giro			R\$ 7.775,29
8.	Outros (criação app)			R\$ 25.000,00
9.	Licença Software			R\$ 2.500,00
<b>10.</b>	<b>Total</b>			<b>R\$ 47.775,29</b>

Fonte: Próprio autor, 2024.

### Origem dos recursos (investimentos iniciais)

Imagem 20- Origem dos recursos.

Origem dos recursos (investimentos iniciais)			
Valor Total	Recursos próprios (%)	Recursos de terceiros (%)	Reinvestimento (%)
R\$ 200.000,00	100%		

Fonte: Próprio autor, 2024.

## 7.2 Receita e Custos

### 7.2.1 Receitas Operacionais

O Carona Connect efetuou suas projeções de receita para os 3 próximos anos.

Imagem 21- Receitas operacionais dos 3 primeiros anos por trimestre.

Ano	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	Total
1º Ano	R\$ 23.400,00	R\$ 32.760,00	R\$ 46.800,00	R\$ 60.840,00	R\$ 163.800,00
2º Ano	R\$ 79.092,00	R\$ 98.865,00	R\$ 123.581,25	R\$ 154.476,56	R\$ 456.014,81
3º Ano	R\$ 185.371,87	R\$ 222.446,25	R\$ 266.935,50	R\$ 320.322,60	R\$ 995.076,22

Fonte: Próprio autor, 2024.

### 7.2.2 Custo Fixo Anual (1ºano)

A seguir, a imagem 17 e 18 contém os custos fixos e variáveis no primeiro ano.

Imagem 22- Custo fixo no primeiro ano.

Descrição	Valor Anual
1. Salários e encargos	
2. Pró-labore	R\$ 1.412,00
3. Distribuição sócios/retorno	R\$ 3.500,00
4.Despesas operacioais / luz, água	R\$ 200,00
5. Marketing	R\$ 200,00
6. Manutenção e Conservação	R\$ 500,00
7. Seguros	R\$ 420,00
8. Depreciação	R\$ 351,62
9. Outros (Internet e manutenção do aplicativo)	R\$ 791,67
<b>10. Total</b>	<b>R\$ 7.375,29</b>

Fonte: Próprio autor, 2024.

### 7.2.3 Custo Variável (1º ano)

Imagem 23- Custo variável no primeiro ano.

Descrição	Valor Anual
1. Matéria Prima	
2. Embalagem	
3. Outros insumos (internet 10 mega dedicado)	5.112,00
4. Frete	
5. Outros (comissões, impostos, etc)	

Fonte: Próprio autor, 2024.

### 7.3 Demonstrativos Resultado de Exercício

Imagem 24- Demonstrativos resultado de exercício.

	jan/25	A. V. %	fev/25	A. V. %	mar/25	A. V. %
<b>Receita Bruta de Vendas e/ou Serviços</b>	<b>R\$ 163.800,00</b>	<b>100,00%</b>	<b>R\$ 163.800,00</b>	<b>100,00%</b>	<b>R\$ 163.800,00</b>	<b>100,00%</b>
Venda de produtos / serviços	R\$ 163.800,00	100,00%	R\$ 163.800,00	100,00%	R\$ 163.800,00	100,00%
Deduções da Receita Bruta	-R\$ 600,00	-0,37%	-R\$ 600,00	-0,37%	-R\$ 600,00	-0,37%
Devoluções	-R\$ 200,00	-0,12%	-R\$ 200,00	-0,12%	-R\$ 200,00	-0,12%
Cancelamentos	-R\$ 400,00	-0,24%	-R\$ 400,00	-0,24%	-R\$ 400,00	-0,24%
<b>Receita Líquida de Vendas e/ou Serviços</b>	<b>R\$ 163.200,00</b>	<b>99,63%</b>	<b>R\$ 163.200,00</b>	<b>99,63%</b>	<b>R\$ 163.200,00</b>	<b>99,63%</b>
Custo de Bens e/ou Serviços Vendidos	-R\$ 25.500,00	-15,57%	-R\$ 25.500,00	-15,57%	-R\$ 25.500,00	-15,57%
Custo com a produção / serviço	-R\$ 25.000,00	-15,26%	-R\$ 25.000,00	-15,26%	-R\$ 25.000,00	-15,26%
Custo com a mercadoria vendida	-R\$ 500,00	-0,31%	-R\$ 500,00	-0,31%	-R\$ 500,00	-0,31%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>R\$ 137.700,00</b>	<b>84,07%</b>	<b>R\$ 137.700,00</b>	<b>84,07%</b>	<b>R\$ 137.700,00</b>	<b>84,07%</b>
Despesas totais	-R\$ 30.797,62	-18,80%	-R\$ 5.797,62	-3,54%	-R\$ 5.797,62	-3,54%
Licença com Software	-R\$ 2.500,00	-1,53%	-R\$ 2.500,00	-1,53%	-R\$ 2.500,00	-1,53%
Criação do aplicativo	-R\$ 25.000,00	-15,26%	R\$ -	-15,26%	R\$ -	-0,21%
Manutenção do app	-R\$ 1.700,00	-1,04%	-R\$ 1.700,00	-1,04%	-R\$ 1.700,00	-1,04%
Despesas com Pessoal adm	-R\$ 200,00	-0,12%	-R\$ 200,00	-0,12%	-R\$ 200,00	-0,12%
Depreciações	-R\$ 351,62	-0,21%	-R\$ 351,62	-0,21%	-R\$ 351,62	-0,21%
Despesa com Energia	-R\$ 100,00	-0,06%	-R\$ 100,00	-0,06%	-R\$ 100,00	-0,06%
Despesa com Água	-R\$ 100,00	-0,06%	-R\$ 100,00	-0,06%	-R\$ 100,00	-0,06%
Seguros	-R\$ 420,00	-0,26%	-R\$ 420,00	-0,26%	-R\$ 420,00	-0,26%
Internet	-R\$ 426,00	-0,26%	-R\$ 426,00	-0,26%	-R\$ 426,00	-0,26%
<b>Resultado Antes Tributação/Participações</b>	<b>R\$ 106.902,38</b>	<b>65,26%</b>	<b>R\$ 131.902,38</b>	<b>80,53%</b>	<b>R\$ 131.902,38</b>	<b>80,53%</b>
Provisão para IR e Contribuição Social	-R\$ 26.191,08	-15,99%	-R\$ 32.316,08	-19,73%	-R\$ 32.316,08	-19,73%
Retirada sócios	-R\$ 9.000,00	-5,49%	-R\$ 9.000,00	-5,49%	-R\$ 9.000,00	-5,49%
<b>Lucro/Prejuízo do Período</b>	<b>R\$ 71.711,30</b>	<b>43,78%</b>	<b>R\$ 90.586,30</b>	<b>55,30%</b>	<b>R\$ 90.586,30</b>	<b>55,30%</b>
MB	84%	MB	84%	MB	84%	
ML	44%	ML	55%	ML	55%	
ROE	36%	ROE	45%	ROE	45%	

	jan/25	fev/25	mar/25
MB	84%	84%	84%
ML	44%	55%	55%
ROE	36%	45%	45%

Capital Inicial R\$ 200.000,00

Fonte: Próprio autor, 2024.

## **8. CONCLUSÃO**

### **Sustentabilidade e o Futuro da Mobilidade no Carona Connect.**

Diante do cenário competitivo e das exigências ambientais atuais, o Carona Connect não apenas surge como uma solução para problemas de mobilidade urbana, mas também como um ator fundamental na promoção de práticas sustentáveis. A sustentabilidade, ao se tornar uma prioridade para governos, empresas e consumidores, exige que novos empreendimentos pensem em formas de diminuir os impactos negativos no meio ambiente, ao mesmo tempo em que oferecem soluções eficientes e econômicas para os usuários.

O Carona Connect, ao incentivar o compartilhamento de caronas, contribui diretamente para a redução das emissões de CO<sub>2</sub>, uma das principais causas das mudanças climáticas. Ao optar por viagens compartilhadas, o aplicativo reduz a quantidade de carros nas ruas, diminuindo o congestionamento e, conseqüentemente, o consumo de combustíveis fósseis. O exemplo da BlaBlaCar, com a economia de 1,6 milhão de toneladas de CO<sub>2</sub> em 2018, reforça a relevância desse tipo de iniciativa.

Além disso, o aplicativo promove um uso mais racional dos veículos, melhorando a eficiência do transporte urbano e favorecendo o desenvolvimento de uma cultura de mobilidade sustentável. Ao colaborar com empresas locais, postos de combustíveis e serviços de manutenção, o Carona Connect integra uma rede de parceiros que também valoriza a sustentabilidade, proporcionando vantagens econômicas e ambientais. Em termos de impacto social, o Carona Connect se posiciona como uma solução inclusiva, que atende a diferentes públicos, incluindo pessoas não habilitadas ou que precisam reduzir custos de transporte.

O foco na segurança, com verificações rigorosas de motoristas e funcionalidades de proteção no aplicativo, reforça a confiança dos usuários e a proposta de ser uma alternativa viável e confiável ao transporte tradicional. Portanto, o Carona Connect não é apenas uma empresa de caronas, mas um modelo de negócio alinhado às necessidades atuais de sustentabilidade e inovação no setor de mobilidade. O futuro da empresa depende de sua capacidade de continuar promovendo práticas sustentáveis, mantendo um crescimento responsável e reforçando seu compromisso com o meio ambiente e com a sociedade.

## 9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. BLABLACAR. A vida é uma viagem. Disponível em: <https://blog.blablacar.com.br/>.
2. GITMAN, Lawrence J.; ZUTTER, Chad J. Princípios de Administração Financeira. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.
3. EXPRESSO ITAMARATI. Itamarati. Disponível em: <https://www.expressoitamarati.com.br/>.
4. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

## 10. APÊNDICE

### CONTRATO SOCIAL SOCIEDADE LIMITADA

#### CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA CARONA CONNECT.

1. **Camila Aparecida Santorello Deroco**, brasileira, Monte Aprazível/SP, solteira, data nasc. 26/07/1991, Gestora de Contabilidade, CPF nº 459.324.608-30 RG nº 34.371.318-4, solteira, endereço: Rua Castro Alves, 106, bairro Jardim Dom Bosco, Monte Aprazível/SP – CEP:15150-000.

2. **Aline Aparecida Paiva da Silva**, brasileira, Monte Aprazível/SP, solteira, data nasc. 12/10/2000, Gestora de Recursos Humanos, CPF nº 367.932.015-20, RG nº 35.491.664-8, SSP, solteira, endereço Rua Luiz Henrique Pinatti, 57, Monte Aprazível/SP – CEP: 15150-000.

3. **Anselmo Marques da Silva Junior**, brasileiro, Nhandeara/SP, solteiro, data nasc. 18/10/2005, Desenvolvedor de Sistemas, CPF nº 981.653.048-22, RG nº 44.961.294-6, SSP, solteiro, endereço: Rua da ponte larga nº 450, Monte Aprazível/SP – CEP: 15150-000.

4. **Caroline Santorello Deroco**, brasileira, Monte Aprazível/SP, solteira, data nasc. 08/02/1997, Gestor de Marketing, CPF nº 124.895.000-12, RG nº 45.584.697-x, SSP, endereço Rua da Saudade, 450 – Centro, Monte Aprazível/SP – CEP: 15150-000

5. **Gisele Maria da Silva**, brasileira, Monte Aprazível/SP, solteira, data nasc. 05/05/2005, CEO, CPF nº 884.714.980-06, RG nº 26.692.001-9, solteira, endereço: Rua Mario Sinhorine nº 220, Monte Aprazível/SP – CEP: 15150-000.

6. **Joselene de Fátima Pericoco Palermo**, brasileira, Monte Aprazível/SP, divorciada, data nasc. 06/06/1979, Presidente, CPF nº 451.785.963-12, RG nº 21.752.412-3, divorciada, endereço: Rua Virgulino Cesário nº 617, Monte Aprazível/SP – Bairro Andorinhas, CEP: 15150-000.

E declaram que têm justo e contratado uma **sociedade empresarial limitada**, que se regerá de acordo com as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA 1ª. A sociedade girará sob o nome empresarial **Comércio de Transporte Carona Connect LTDA.** e terá sede e domicílio na Rua: Brasil, 222 - Centro, Monte Aprazível/SP, CEP 15150-000.

CLÁUSULA 2ª. O capital social será R\$ 200.000,00 (Duzentos mil reais) dividido em 6 quotas integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios;

**Camila Aparecida Santorello Deroco** com quotas de 16% e valor nominal de R\$ 32.000,00 (trinta e dois mil reais); integralizado neste ato em moeda do país;

**Aline Aparecida Paiva da Silva** com quotas de 16% e valor nominal de R\$ 32.000,00 (trinta e dois mil reais); integralizado neste ato em moeda do país;

**Anselmo Marques da Silva Junior** com quotas de 16% e valor nominal de R\$32.000,00 (trinta e dois mil reais);

**Caroline Santorello Deroco** com quotas de 16% e valor nominal de R\$32.000,00 (Vinte e sete mil e quinhentos reais); integralizado neste ato em moeda do país;

**Gisele Maria da Silva** com quotas de 16% e valor nominal de R\$32.000,00 (trinta e dois mil reais);

**Joselene de Fátima Pericoco Palermo** com quotas de 20% e valor nominal de R\$40.000,00 (Quarenta mil reais);

CLÁUSULA 3ª. O objeto será gestão de aplicativo de transporte sob o CNAE 4923002.

CLÁUSULA 4ª. A sociedade iniciará suas atividades em 07/02/2024 seu prazo de duração é indeterminado.

CLÁUSULA 5ª. As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se



postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

CLÁUSULA 6ª. A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

CLÁUSULA 7ª. A administração da sociedade caberá a **Camila Aparecida Santorello Deroco** com os poderes e atribuições de gerenciar as atividades contábeis da empresa, de acordo com princípios legais, políticas e diretrizes, adequadas à estratégia dos negócios. Analisar informações contábeis e preparar a elaboração de balanços e balancetes, para acompanhar a situação econômico-financeira da empresa e realizar previsões orçamentárias.

A gestão de Recursos humanos da sociedade caberá a **Aline Aparecida Paiva da Silva** com os poderes e atribuições de recrutamento e seleção; treinamento e desenvolvimento; remuneração e benefícios; elaboração de um plano de carreira para os funcionários; estratégias para melhorar a cultura organizacional.

O desenvolvedor de sistemas da sociedade caberá a **Anselmo Marques da Silva Junior** com os poderes e atribuições de codificação do sistema e processamento do servidor.

O marketing da sociedade caberá a **Caroline Santorello Deroco** com os poderes e atribuições de gestão de relacionamento com o cliente, publicidade e propaganda, rastrear e analisar o desempenho de campanhas publicitárias, gerenciar o orçamento de marketing e garantir que todo o material de marketing esteja alinhado com a identidade da nossa marca.

O CEO da sociedade caberá a **Gisele Maria da Silva** com os poderes e atribuições de definir o planejamento estratégico da empresa e buscar uma visão futura para o aplicativo.

A presidência da sociedade caberá a **Joselene de Fátima Pericoco Palermo** atuará como o principal executivo responsável pelo planejamento estratégico de negócios e pela visão da empresa autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em

favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

CLÁUSULA 8ª. Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

CLÁUSULA 9ª. Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administradores quando for o caso.

CLÁUSULA 10ª. A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

CLÁUSULA 11ª. Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “pró-labore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

CLÁUSULA 12ª. Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou dos sócios remanescentes, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade resolva em relação a seu sócio.

CLÁUSULA 13ª. Os Administradores declaram, sob as penas da lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

CLÁUSULA 14ª. **Fica eleito o foro de Monte Aprazível** para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 5 vias.

Monte Aprazível, 16 de abril de 2024

---

**Camila Aparecida Santorello  
Deroco**

CPF nº 459.324.608-30

---

**Joselene de Fátima Pericoco  
Palermo**

CPF nº 451.785.963-12

**Testemunhas:**

---

**Aline Aparecida Paiva da Silva**

CPF nº 367.932.015-20

---

**Rose Nascimento**

RG nº 55.345.458-78

---

**Anselmo Marques da Silva  
Junior**

CPF nº 981.653.048-22

---

**Jarbas Junior**

RG nº 44.457.235-7

---

**Caroline Santorello Deroco**

CPF nº 124.895.000-12

---

**Gisele Maria da Silva**

CPF nº 884.714.980-06