



**FACULDADE ALFA UMUARAMA - UNIALFA  
CURSO DE TECNOLOGIA EM MARKETING**

**DOUGLAS DOS SANTOS CHIOCA  
GABRIELLA CARDOSO MOURA ANDRADE**

**AMPLIAÇÃO DIGITAL DA EMPRESA: DESTAK LOCADORA**

**UMUARAMA -  
PR 2023**

## LISTA DE GRÁFICOS

01	Gráfico – Qual gênero você se identifica? .....	16
02	Gráfico – Qual sua faixa etária? .....	17
03	Gráfico – Qual é a sua área de ocupação? .....	17
04	Gráfico – Na contratação de um serviço, você prefere atendimento online ou presencial? .....	18
05	Gráfico – Qual o seu principal critério para alugar um carro? .....	18
06	Gráfico – Você considera o sistema de reservas online um diferencial na hora de escolher a sua locadora? .....	19

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 01 – Logo .....	09
Ilustração 02 – Salão Comercial .....	11
Ilustração 03 – Salão Comercial .....	11
Ilustração 04 – Página inicial do site .....	12
Ilustração 05 – Catálogo de carros .....	12
Ilustração 06 – Logo Localiza .....	15
Ilustração 07 – Logo Kaiak, CarroAluguel e Expedia .....	15

## LISTA DE SIGLAS

UniALFA – Faculdade Alfa Umuarama .....	01
ABLA - Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis .....	13
SENATRAN - Secretaria Nacional de Trânsito .....	16
CNH - Carteira Nacional de Habilitação .....	16
SUV - Veículos Utilitários Desportivos (sport utility vehicles) .....	21
IPVA - Imposto sobre Propriedades de Veículos Automotores .....	14
QR code - Resposta rápida (Quick Response) .....	22
ACIU - Associação Comercial, Industrial e Agrícola de Umuarama .....	22

## RESUMO

O tema deste trabalho de conclusão de curso é a criação de um site para a empresa de locação de veículos, Destak Locadora localizada na cidade de Umuarama-PR.

Esta iniciativa visa destacar a locadora no mercado e conquistar a fidelidade dos clientes, o elemento principal desse plano é a facilidade proporcionada aos clientes para alugar um veículo, com a possibilidade de reservas antecipadas e pagamento online, visando a eliminar uma das queixas mais comuns do público: a burocracia no processo de locação.

**Palavras-chave:** Burocracia, site, locação.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	08
<b>2. CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO</b>	08
<b>3. IDENTIDADE ORGANIZACIONAL</b>	09
3.1 MARCA	09
3.2 TÁTICAS	09
3.3 SLOGAN	09
3.4 LOGO	09
3.5 MISSÃO	09
3.6 VISÃO	10
3.7 VALORES	10
<b>4. LOCALIZAÇÃO E INSTALAÇÃO</b>	10
<b>5. OBJETIVOS</b>	12
5.1 OBJETIVO GERAL	12
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
<b>6. ANÁLISE DE MERCADO</b>	13
<b>7. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA</b>	14
7.1 SETOR DE ALUGUEL DE CARROS	14
7.2 CONCORRENTES DIRETOS	14
<b>8. PESQUISA MERCADOLÓGICA</b>	15
8.1 METODOLOGIA DA PESQUISA DE MERCADO	15
8.2 CONCLUSÃO	19
<b>9. ANÁLISE SWOT</b>	20
9.1 FORÇAS	20
9.2 FRAQUEZAS	20
9.3 OPORTUNIDADES	20
9.4 AMEAÇAS	20
<b>10. MARKETING MIX</b>	20
10.01 PRODUTO	21
10.02 PREÇO	21
10.03 PRAÇA	21
10.04 PROMOÇÃO	22
<b>11. SEGMENTAÇÃO DE MERCADO</b>	22

11.1 PÚBLICO-ALVO .....	22
<b>12. POSICIONAMENTO COMPETITIVO .....</b>	<b>22</b>
<b>13. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO .....</b>	<b>23</b>
13.01 QUADRO DE AÇÕES A IMPLEMENTAR: 5W2H .....	23
<b>14. INVESTIMENTOS E ORÇAMENTOS .....</b>	<b>24</b>
14.01 INVESTIMENTOS INICIAIS .....	24
14.02 CUSTOS FIXOS .....	25
14.03 CUSTOS VARIÁVEIS .....	25
<b>15 ESTRUTURA DE IMPLEMENTAÇÃO, PADRÕES E MÉTODOS DE AVALIAÇÃO E CONTROLE .....</b>	<b>25</b>
<b>16. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>26</b>
<b>17. REFERÊNCIAS .....</b>	<b>27</b>

## **1. INTRODUÇÃO**

A decisão de criar um site é o ponto central dessa estratégia de expansão. Com base na pesquisa realizada, que envolveu 47 participantes respondentes, teve como objetivo analisar o comportamento dos consumidores em relação à locação de veículos, os resultados ressaltam a importância crucial de um site nesse setor. Esse site não apenas aprimora a comunicação com o público-alvo, mas também estabelece uma presença online constante. O site tem o poder de engajar o público de forma eficaz, oferecendo um catálogo de veículos de fácil navegação, informações de preços e disponibilidade, e a capacidade de fazer reservas de forma rápida, até mesmo pagamento online. Além disso, a empresa planeja implementar um chat online para fornecer um atendimento personalizado.

## **2. CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO**

A Destak Locadora surgiu em 2021, diante de uma oportunidade de ter apenas um concorrente na cidade de Umuarama. O principal objetivo da empresa é facilitar e democratizar a locação de veículos para os residentes de Umuarama e região, sendo esse seu principal diferencial.

A fim de expandir sua presença e atrair mais clientes, a Destak Locadora decidiu explorar novas oportunidades. A criação de um site surge como uma evolução, eficaz para melhorar a comunicação com o público-alvo e oferecer uma presença online disponível o tempo todo.

O site também possibilita o engajamento do público de forma mais efetiva. Com um design intuitivo e interativo, os usuários podem navegar facilmente pelo catálogo de veículos disponíveis, conhecer os valores, verificar a disponibilidade e realizar reservas de maneira rápida e prática. A Destak também planeja oferecer um canal de comunicação, como um chat online, para prestar um atendimento personalizado, esclarecer dúvidas e fortalecer o relacionamento com os clientes.

Ademais, ponto importante é a facilidade que o site proporcionará para os clientes alugarem um carro. Com a possibilidade de fazer reservas antecipadas e efetuar o pagamento online, a locadora espera oferecer uma

experiência mais moderna e sem burocracia, que hoje é a queixa mais comum do público.

Viu-se que, a criação de um site é uma estratégia inteligente para ampliar o alcance, e proporcionar uma experiência única aos clientes. Com a presença digital, a empresa pretende se destacar no mercado, oferecendo um atendimento ágil e personalizado, reforçando sua marca e conquistando a fidelidade dos clientes.

### **3. IDENTIDADE ORGANIZACIONAL**

#### **3.1 MARCA:**

Com o objetivo de posicionar a marca na mente dos consumidores, viu-se a necessidade de desenvolver uma nova identidade visual.

#### **3.2 TÁTICAS:**

Imagem: O símbolo que representa a primeira letra do naming, encaixado dentro da base em formato 'D', faz alusão à uma estrada.

Tipo: Na fonte Cocogoose Pro Italic Regular, a palavra 'Destak' transmite confiança e simplicidade.

Cores: O amarelo expressa uma identidade acessível, amigável e cordial; busca atrair consumidores de forma calorosa e reconfortante. Enquanto o preto retrata profissionalismo, seriedade e solidez.

**3.3 SLOGAN:** Aluguel sem burocracia.

#### **3.4 LOGO:**



Ilustração 01 - Logo

### **3.5 MISSÃO:**

Garantir a melhor experiência de locação para o cliente, nosso compromisso é prover mobilidade com conforto e segurança em seus caminhos, contribuindo para a criação de momentos inesquecíveis.

### **3.6 VISÃO:**

Em cinco anos tornar-se a empresa referência em Umuarama e região no segmento de locação de veículos, proporcionando as melhores experiências aos nossos clientes, com um atendimento capacitado e responsável.

### **3.7 VALORES:**

- Excelência
- Meritocracia
- Comprometimento
- Ética
- Inovação

## **4. LOCALIZAÇÃO E INSTALAÇÃO:**

A empresa está localizada na cidade de Umuarama-PR, Praça Papa Paulo VI, 2988 - Zona I. Localizada de forma estratégica, desfrutando de uma excelente visibilidade. Isso permite atender às necessidades dos clientes de maneira prática e garantir um acesso fácil a partir de diversas áreas.



Ilustração 02 - Salão Comercial



Ilustração 03 - Salão Comercial



Ilustração 04 - Página Inicial do site.

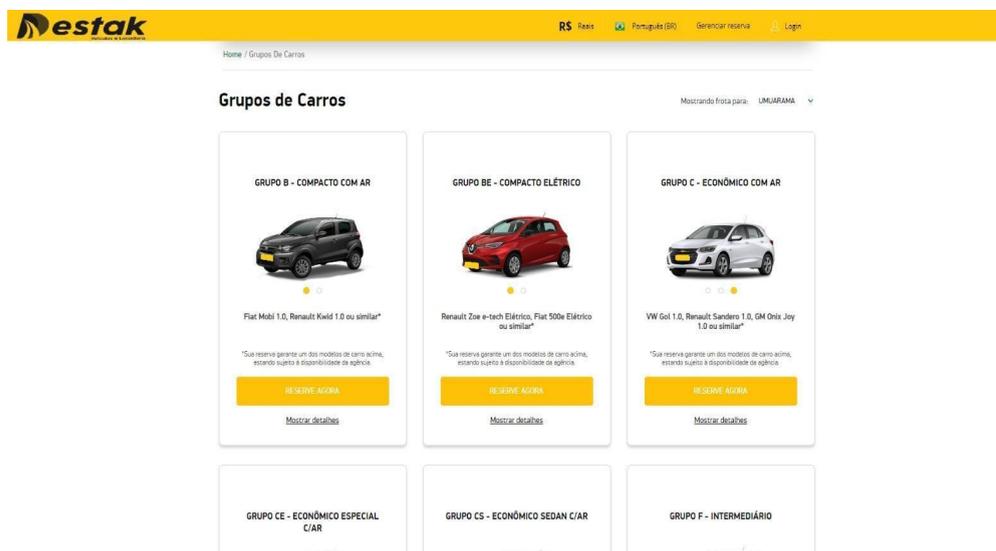


Ilustração 05 - Catálogo de carros.

**Endereço eletrônico:** [www.destaklocadora.com.br](http://www.destaklocadora.com.br)

## 5. OBJETIVOS

### 5.1 OBJETIVO GERAL:

Através do plano de marketing, viabilizar a construção de um site, fortalecendo a posição da empresa no mercado e facilitando o atendimento aos clientes.

### 5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Realizar uma análise detalhada do mercado para identificar as tendências atuais e as necessidades dos clientes.

Definir os recursos e funcionalidades necessárias para o site, incluindo, catálogo de veículos, chat online e também um sistema de reservas integrado com opções de pagamentos simplificadas.

Definir as métricas de desempenho do site, e também realizar pesquisas de satisfação e feedback dos clientes, para ter uma constante evolução.

## **6. ANÁLISE DE MERCADO**

Sabe-se que a pandemia afetou significativamente o comportamento das pessoas. Elas passaram a evitar o uso de transporte público devido à dificuldade de manter uma distância segura dentro dos veículos, estações e plataformas. Como resultado, aqueles que possuíam carros próprios passaram a utilizá-los com mais frequência. Indivíduos sem carros particulares, mas com recursos financeiros suficientes, passaram a recorrer a táxis, serviços de carros por aplicativo ou aluguel de veículos. Além disso, a escassez e a baixa qualidade do transporte público nas cidades brasileiras também têm levado muitos usuários a optar pelo transporte individual.

Segundo o anuário da Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis (ABLA), o faturamento bruto das locadoras obteve um forte crescimento de 56,6%, em relação a 2021, e de 109,0% sobre 2020. Em relação a frota, as locadoras tiveram aumento de 33,6%, em relação a 2021, e de 63,8% sobre 2020.

Um estudo divulgado por AMADEUS E MICROSOFT nos mostra que as reservas de carros no mundo obtiveram aumento de 23% no primeiro trimestre de 2023 em comparação a 2022.

Os principais fatores que impulsionam o crescimento do mercado de aluguel de veículos incluem:

- Aumento da renda disponível: à medida que as pessoas ganham mais dinheiro, elas estão mais dispostas a gastar em serviços de mobilidade, como aluguel de veículos.

- Globalização do turismo: o turismo é um dos principais motores do mercado de aluguel de veículos. À medida que as pessoas viajam para o exterior, elas precisam de um meio de transporte para se locomover.
- Crescente demanda por serviços de mobilidade: as pessoas procuram cada vez mais alternativas aos meios de transporte tradicionais, como os automóveis. O aluguel de carros é uma opção conveniente e acessível que oferece aos clientes a flexibilidade de adquirir um carro quando precisarem.
- Os altos preços de compras de carros: Sem preocupação com manutenção, seguro e IPVA, a locação passou a ser uma opção economicamente viável, tanto para pessoas físicas, como para as pessoas jurídicas.

## **7. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA**

### **7.1 SETOR DE ALUGUEL DE CARROS:**

Diferentemente do mercado americano, em que o setor de locação é pouco segmentado, visto que, as três maiores companhias (Enterprise, Hertz e Avis) detêm em torno de 92% do market share, no Brasil, as três principais empresas (Localiza, Movida e Unidas) possuem cerca de 39% do faturamento no mercado de locação de carros, sendo os outros 61% detidos por uma gama de 11,5 mil companhias diferentes.

### **7.2 CONCORRENTES DIRETOS:**

Localiza&Co: Uma das principais empresas do setor; A Companhia foi constituída em 1973, com uma pequena agência em Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil.

Atualmente presentes em 7 países da América do Sul (Brasil, Argentina, Chile, Colômbia, Paraguai, Uruguai e Equador), com uma frota com mais de 500 mil carros e cerca de 600 agências espalhadas pelo Brasil.

Contam com os serviços de: Aluguel de Carros, Gestão de Frotas e Franchising.

Sua presença é forte principalmente em aeroportos e grandes centros

urbanos. Seu principal ponto fraco na cidade de Umuarama é a grande burocracia que dificulta concluir a locação, como por exemplo a exigência de um cartão de crédito em nome do contratante.



Ilustração 06 - Logo localiza.

Kayak, Carroaluguel e Expedia: São plataformas que fazem o intermédio entre a locação de carros e as locadoras de forma online. Por estarem no ambiente digital, são concorrentes diretos da Destak, entretanto, podem se tornar um fator positivo, a partir do momento que nos tornarmos parceiros e disponibilizarmos nossos carros para locação.



Ilustração 07 - Logo Kaiak, CarroAluguel e Expedia.

## 8. PESQUISA MERCADOLÓGICA

Para Philip Kotler (2011, p.114): "Pesquisa de marketing é o planejamento, coleta, análise, e apresentação sistemática de dados e descobertas relevantes sobre uma situação específica de marketing enfrentada por uma empresa".

A pesquisa teve como objetivo, uma coleta de informações relevantes sobre o público já existente, e o potencial cliente. As atitudes tomadas, serão norteadas pelos dados coletados.

### 8.1 METODOLOGIA DA PESQUISA DE MERCADO:

Pesquisa quantitativa aplicada para uma amostra de 47 pessoas respondentes durante o mês de Outubro de 2023.

O questionário foi elaborado por meio da plataforma de formulário do

*Google Forms*, aplicada presencial, e também enviada por aplicativo de conversação *WhatsApp*. Aplicada em sua maioria para público da própria empresa, e também para um público aleatório para levantar informações concretas sobre o projeto.

Qual gênero você se identifica?

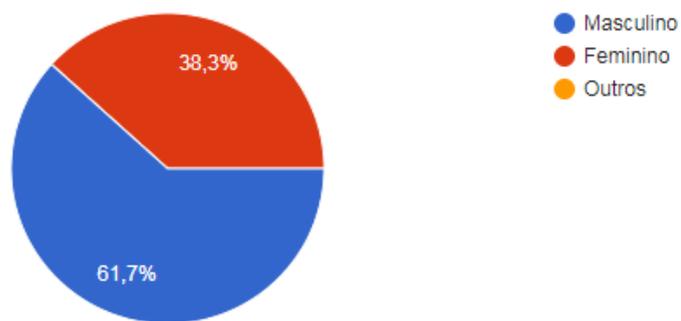


Gráfico 01) Qual gênero você se identifica?

Fonte: autores, 2023.

Saber com quem estamos falando é fundamental, pois só com um bom entendimento do perfil do potencial cliente podemos definir a nossa campanha de marketing. Com base nos dados, podemos observar que o público em sua maioria é masculino.

De acordo com dados da Secretaria Nacional de Trânsito (SENATRAN) de março de 2023, há 77,5 milhões de Carteiras Nacionais de Habilitação (CNHs) ativas, das quais 50,3 milhões (65%) pertencem ao sexo masculino e 27,2 milhões ao feminino (35%).

Qual sua faixa etária?

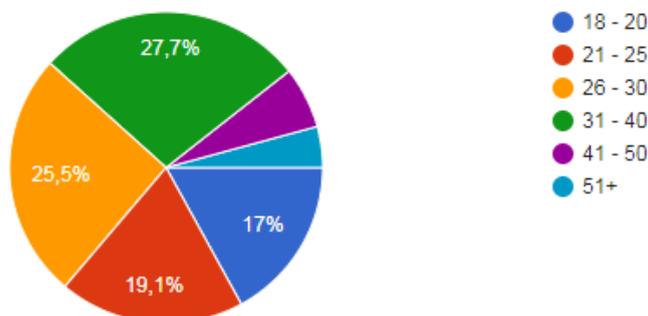


Gráfico 02) Qual sua faixa etária?

Fonte: autores, 2023.

Com a pesquisa ainda direcionada para o público, outro fator importante é a faixa etária do cliente em potencial. Nessa pesquisa, a maioria, são pessoas de 26 a 40 anos. Fator esse, que fornece direcionamentos de estratégias de comunicação para atender melhor esse grupo demográfico.

Qual é a sua área de ocupação?

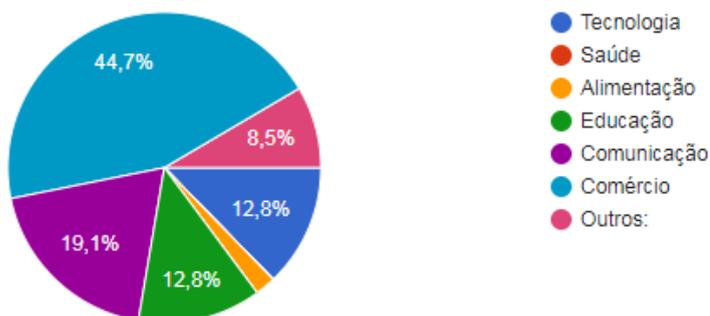


Gráfico 03) Qual é a sua área de ocupação?

Fonte: autores, 2023.

Essa informação permite ajustar as estratégias de marketing de acordo com as características do público, aumentando a eficácia das interações, e identificando preferências e necessidades.

Na contratação de um serviço, você prefere atendimento online ou presencial?

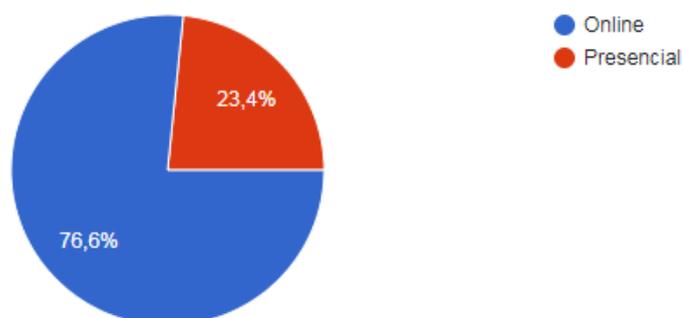


Gráfico 04) Na contratação de um serviço, você prefere atendimento online ou presencial?

Fonte: autores, 2023.

Verifica-se nesta questão que é importante compreender as preferências dos participantes em relação ao formato de atendimento ao contratar um serviço.

A pesquisa nos apresenta que deve ser fortalecida a presença online, indicando a necessidade de esforços de acordo com essa preferência.

Qual o seu principal critério para alugar um carro?

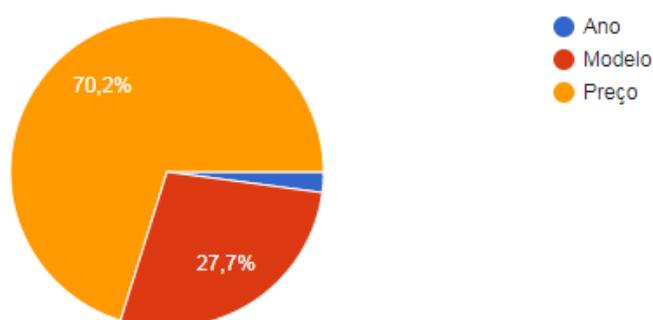


Gráfico 05) Qual o seu principal critério para alugar um carro?

Fonte: autores, 2023.

A pergunta busca avaliar a prioridade e preferências dos participantes com relação ao serviço de locação de veículos. Essa pergunta ajuda a

ajustar os produtos de acordo com as expectativas do público e a melhorar a estratégia de marketing e ofertas.

Você considera o sistema de reservas online um diferencial na hora de escolher a sua locadora?

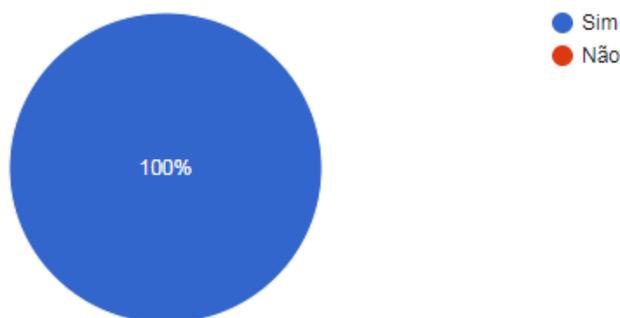


Gráfico 06) Você considera o sistema de reservas online um diferencial na hora de escolher a sua locadora?

Fonte: autores, 2023.

Este dado é relevante porque permite compreender o papel do sistema de reservas online na tomada de decisão dos clientes ao escolherem uma locadora de carros.

## 8.2 CONCLUSÃO:

O intuito da pesquisa foi coletar informações relevantes para compreender o mercado, o público-alvo e as preferências dos consumidores, permitindo tomar decisões mais certas, aprimorando o serviço de locação de carros de acordo com as necessidades identificadas.

Com as informações obtidas, será possível ajustar as estratégias de marketing minimizando possíveis erros e maximizando acertos.

Os dados coletados permitiram entender que o cliente procura os melhores preços na hora de alugar um veículo. A Destak não possui preço competitivo com relação ao concorrente, fato esse que a leva a entender a importância de ter uma proposta de valor bem estruturada, para ser diferencial no momento do cliente escolher a Destak. O divisor de águas é o aluguel de maneira simples e rápida. O intuito é levar essa praticidade ao cliente no

ambiente digital também.

## **9. ANÁLISE SWOT**

Criada por Kenneth Andrews e Roland Cristensen, professores da Harvard Business School, e posteriormente aplicadas por inúmeros acadêmicos, a análise SWOT estuda a competitividade de uma organização segundo quatro variáveis: Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças) (RODRIGUES et al., 2005).

### **9.1 FORÇAS:**

- Plataforma descomplicada.
- Aluguel sem burocracia.
- Sem exigência de cartão de crédito(O concorrente exige que possua um cartão de crédito e que esteja no nome do contratante).
- Aluguel para pessoas com restrições no CPF.
- Sem limite de quilometragem.

### **9.2 FRAQUEZAS:**

- Marca jovem e ainda desconhecida.
- Poucos carros.
- Pouco capital disponível para ampliar a frota.

### **9.3 OPORTUNIDADES:**

- Pouca concorrência no mercado.
- Taxas de juros em regressão.
- Incentivos governamentais no turismo.

### **9.4 AMEAÇAS:**

- Instabilidade econômica e aumento de impostos.
- CarSharing, compartilhamento de veículos (Trata-se do aluguel de um veículo por algumas horas e pode ser feito entre empresas

e consumidores, ou de pessoa física para pessoa física, geralmente, as reservas vão de 1 a 48 horas).

## **10. MARKETING MIX (Composto de Marketing)**

A composição do mix de marketing desempenha um papel vital no planejamento de qualquer empresa, devendo ser abrangente e totalmente alinhada com os objetivos organizacionais.

O mix de marketing (ou composto de marketing) é o conjunto de ferramentas de marketing que a empresa utiliza para alcançar seus objetivos de marketing no mercado alvo” (KOTLER, 2005, p.12).

### **10.1 PRODUTO:**

A Destak Locadora conta com uma frota variada de veículos, sendo carros manuais, automáticos, hatchs, sedans, SUVs e picapes.

Os carros hatchs são ideais para viagens mais longas, pois possuem espaço para bagagem.

A frota conta também com uma minivan de 7 lugares, com grande baú para bagagens. Ideal para transporte de cargas e pessoas, temos o utilitário, picape.

O site contará com funcionalidades como:

- Sistema de reservas e pagamentos online.
- Roteiros de Viagem.
- Chat online.
- Alteração, Cancelamento e Reembolso em no máximo 48 horas antes do dia agendado (mediante taxas).

### **10.2 PREÇO:**

Cada grupo de carros possuem um valor específico, que varia também com relação a quantidade de diárias.

- Carros manuais: Diárias a partir de R\$200,00
- Carros automáticos: Diárias a partir de R\$280,00
- Utilitário: Diárias a partir de R\$300,00
- Minivan 7 lugares: Diárias a partir de R\$380,00

### **10.3 PRAÇA:**

Localizado na Praça Papa Paulo VI em Umuarama-PR, ao lado de um dos principais cartões postais da cidade, a igreja Catedral.

Presente no ambiente digital: [www.destaklocadora.com.br](http://www.destaklocadora.com.br)

### **10.4 PROMOÇÃO:**

Como canais de comunicação na divulgação do site da Destak Locadora, utilizaremos o digital.

Com anúncios patrocinados no Instagram e Facebook com Call to Action para o site.

Será feita parceria com universidades e Hospitais, cujo objetivo principal é impactar os professores, alunos e pessoas que moram fora e utilizam do transporte para suas respectivas atribuições. O intuito é deixar flyers nestes locais, contendo informações, e também o QR code levando para o site.

Participação em feiras e eventos, com Banner e flyers contendo informações e o QR code levando ao site.

Tem-se a ideia de abrir convênio com a ACIU(Associação Comercial, Industrial e Agrícola de Umuarama) para serem nossos promotores, sempre que necessário o serviço de locação de um automóvel, ademais, a ACIU de traz à cidade de umuarama diversas pessoas para instruir, treinar os cidadãos, em forma de workshops, palestras, etc.

Buscaremos parceria com a rede de hotéis ibis. O intuito é conceder descontos nos hotéis para os clientes em suas viagens.

## **11. SEGMENTAÇÃO DE MERCADO**

### **11.01 PÚBLICO-ALVO:**

Segundo Kotler (2005, p.195): Uma vez identificado suas oportunidades de mercado, a empresa deve avaliar cada segmento e decidir quantos e quais atingir.

O público alvo inicial localiza-se na cidade de Umuarama e região. Com um público predominantemente masculino, de 26 a 40 anos de idade que necessita de um veículo temporariamente. Ou pessoas que acreditam não ser

viável possuir um veículo próprio.

## 12. POSICIONAMENTO COMPETITIVO

Posicionamento é a ação de projetar a oferta e a imagem da empresa para que ela ocupe um lugar diferenciado na mente do público-alvo. O objetivo é posicionar a marca na mente dos consumidores a fim de maximizar a vantagem potencial da empresa. (KOTLER & KELLER, ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING, 2013, p.294).

A Destak se posiciona no mercado como uma empresa que oferece serviço ágil e descomplicado. O investimento na implementação de um site se torna crucial para justificar o posicionamento.

## 13. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### 13.1 QUADRO DE AÇÕES A IMPLEMENTAR: 5W2H

Tabela 01:

<b>O que fazer?</b>	Desenvolvimento do site
<b>Por que fazer?</b>	Ampliar serviços
<b>Onde fazer?</b>	Ambiente Digital
<b>Quando fazer?</b>	10/01/2024 a 10/04/2024
<b>Quem vai fazer?</b>	Empresa Prestige
<b>Como fazer?</b>	A equipe de designer irá desenvolver o projeto
<b>Quanto custa?</b>	R\$15.000,00

Tabela 02:

<b>O que fazer?</b>	Anúncios de divulgação do site
<b>Por que fazer?</b>	Para gerar conhecimento do site
<b>Onde fazer?</b>	Ambiente digital com foco em Umuarama – PR

<b>Quando fazer?</b>	60 dias antes do lançamento oficial
<b>Quem vai fazer?</b>	Equipe de Marketing
<b>Como fazer?</b>	Divulgando através de mídias pagas ( <i>Instagram, Facebook e Google</i> )
<b>Quantos custa?</b>	R\$50,00/por dia

Tabela 03:

<b>O que fazer?</b>	Criação de conteúdo nas Redes Sociais
<b>Por que fazer?</b>	Alimentar as redes sociais com postagem de conteúdos impulsionados para o público-alvo
<b>Onde fazer?</b>	Redes Sociais
<b>Quando fazer?</b>	60 dias antes do lançamento oficial
<b>Quem vai fazer?</b>	Equipe de marketing
<b>Como fazer?</b>	Divulgando através de redes sociais ( <i>Instagram, Facebook e postagens no Google Meu Negócio</i> )
<b>Quantos custa?</b>	R\$50,00/por dia

Tabela 04:

<b>O que fazer?</b>	Folders para parcerias e eventos
<b>Por que fazer?</b>	Dar visibilidade e suprir uma demanda latente
<b>Onde fazer?</b>	Universidades, hotéis, hospitais, feiras e eventos
<b>Quando fazer?</b>	A partir do lançamento do site
<b>Quem vai fazer?</b>	Equipe de marketing
<b>Como fazer?</b>	Contratação de empresa adequada
<b>Quantos custa?</b>	R\$450,00 Mensais

#### 14. INVESTIMENTOS E ORÇAMENTOS

**14.01 INVESTIMENTOS INICIAIS:**

<b>Descrição</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Observação</b>
Criação do site	R\$ 15.000,00	Investimento inicial

<b>Total</b>	<b>R\$15.000,00</b>
--------------	---------------------

**14.02 CUSTOS FIXOS:**

<b>Descrição</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Observação</b>
Cliente interno 1	R\$ 2.000,00	Mensal fixo
Cliente interno 2	R\$ 2.000,00	Mensal fixo
Hospedagem Hostgator	R\$ 11,29	Mensal fixo
RD Station	R\$ 389,00	Mensal fixo
Registro Domínio	R\$ 150,00	Anual fixo
Internet	R\$130,00	Mensal fixo
Associação ACIU	R\$ 79,00	Mensal fixo

<b>Total</b>	<b>R\$4.759,29</b>
--------------	--------------------

**14.03 CUSTOS VARIÁVEIS:**

<b>Descrição</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Observação</b>
Banner	R\$600,00	Trimestral (Variável)
Folders	R\$450,00	Mensal (Variável)

<b>Total</b>	<b>R\$1.050,00</b>
--------------	--------------------

**15. ESTRUTURA DE IMPLEMENTAÇÃO, PADRÕES E MÉTODOS DE AVALIAÇÃO E CONTROLE**

Após a implementação do plano de marketing, constantemente analisaremos os resultados. Porém, por meio do RD Station(ferramenta para automação de Marketing Digital), para verificar se as ações foram adequadas, uma avaliação detalhada após 6 meses. Isso permitirá ajustes eficazes no plano de marketing e melhorias contínuas com base nos resultados obtidos.

Exemplos de pontos que serão avaliados:

- Taxa de Conversão:

Avaliar a “Taxa de Conversão” para verificar a eficácia das ações realizadas. Monitoramento do número de visitantes e de onde eles vieram, incluindo campanhas ou QR codes específicos.

- Feedback dos Usuários:

Será coletado feedback dos usuários, incentivando-os a compartilhar suas sugestões e opiniões sobre o site e suas experiências, por exemplo através do Google Meu Negócio. Isso permitirá avaliar a satisfação dos clientes e identificar áreas de melhoria com base em suas perspectivas.

- Taxa de Abandono de Carrinho:

Será medida a Taxa de Abandono de Carrinho (Quando o cliente coloca no carrinho, e não finaliza a locação) para entender o comportamento dos usuários. Isso envolverá a análise de quantos usuários iniciaram o processo de locação, mas não concluíram a ação.

- Monitoramento de Redes Sociais:

O desempenho nas redes sociais será feito de forma constante. Serão acompanhadas métricas como o número de seguidores, o engajamento (curtidas, compartilhamentos, comentários) e o tráfego direcionado das redes sociais para o site.

## **16. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O plano de marketing atual e suas estratégias foram desenvolvidos com base em pesquisas e fundamentadas na teoria, no entanto, podem ocorrer

mudanças durante sua execução, porque, com a prática, se pode melhorar e adaptar para atender melhor às necessidades do mercado.

O desenvolvimento do site para a Destak Locadora, visa, inicialmente, atingir o público de Umarama e regiões próximas. Considerando seu potencial, acredita-se que após o site, o próximo passo para uma ampliação uniforme dos setores da empresa, seria a ampliação da frota de veículos, que será feito levando em conta as preferências apresentadas na pesquisa.

## 17. REFERÊNCIAS

CALIXTO, Filip. **Estudo da Amadeus mostra alta e tendências no setor de aluguel de carros.** Panrotas, 2023. Disponível em: <[https://www.panrotas.com.br/mercado/locadoras-de-veiculos/2023/06/estudo-da-amadeus-mostra-alta-e-tendencias-no-setor-de-aluguel-de-carros\\_197542.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/locadoras-de-veiculos/2023/06/estudo-da-amadeus-mostra-alta-e-tendencias-no-setor-de-aluguel-de-carros_197542.html)>. Acesso em: 31 Ago. 2023.

QUINTELLA, Marcus. **Aumento das locações de veículos no Brasil.** Portal FGV, 2023, Disponível em: <<https://portal.fgv.br/artigos/aumento-locacoes-veiculos-brasil>>. Acesso em: 31 Ago. 2023.

MELLO, Jacqueline. **O real significado da cultura de locação de veículos.** ABLA, 2023. Disponível em: <<https://www.abla.com.br/artigo/o-real-significado-da-cultura-da-locacao-de-veiculos->> Acesso em: 31 Ago. 2023.

LIMA, Luciana. **A recuperação em V do setor de aluguel de carros.** VC SA, 2022. Disponível em: <<https://vocesa.abril.com.br/especiais/a-recuperacao-em-v-do-setor-de-aluguel-de-carros>>. Acesso em: 14 Set. 2023.

SEBRAE. **Locação de veículos têm perspectivas de crescimento.** SEBRAE, 2023. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/locacao-de-veiculos-tem-perspectivas-de-crescimento,589675f4ac306810VgnVCM1000001b00320aRCRD>>. Acesso em: 21 Set. 2023

SANTANA, Nicole. **Mulheres no trânsito: veja o que dizem as estatísticas.** Garagem360, 2023. Disponível em: <[PULITINI, Daniel Grynberg. \*\*Avaliação de empresas através de Múltiplos:\*\* Uma análise entre as principais companhias de aluguel de carros brasileiros.](https://garagem360.com.br/mulheres-no-transito-veja-o-que-dizem-as-estatisticas/#:~:text=De%20acordo%20com%20dados%20da,s%C3%A3o%20mais%20op prudentes%20ao%20volante.> . Acesso em: 21 Set. 2023.</p></div><div data-bbox=)

Monografia de final de curso, 2020. Disponível em:  
<[https://www.econ.puc-rio.br/uploads/adm/trabalhos/files  
/Daniel\\_Grynberg\\_Pulitini\\_Mono\\_20.1.pdf](https://www.econ.puc-rio.br/uploads/adm/trabalhos/files/Daniel_Grynberg_Pulitini_Mono_20.1.pdf)>. Acesso em: 21 Set. 2023

KOTLER, Philip. **Marketing Essencial**: conceito, estratégias e casos. São Paulo: Editora Pearson, 2005. Acesso em: 31 Ago. 2023.