

TCC 93

**CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL JUSCELINO KUBITSCHKE DE
OLIVEIRA
TECNICO EM LOGÍSTICA**

**Douglas de Souza Mendonça Junior
Ivanilson Macario
Leonardo Aparecido Soares da Silva
Luan dos Santos Domiciano
Wagner Dias de Lima**

**APLICATIVO LOGÍSTICO PARA
TRANSPORTE DE SERVIÇOS AMBULANTES**

**DIADEMA - SP
2017**

Douglas de Souza Mendonça Junior
Ivanilson Macario
Leonardo Aparecido Soares da Silva
Luan dos Santos Domiciano
Wagner Dias de Lima

APLICATIVO LOGÍSTICO
TRANSPORTE DE SERVIÇOS AMBULANTES

**Trabalho apresentado a Escola
Técnica Estadual Juscelino
Kubitschek de Oliveira, como
requisito final à conclusão do curso
de Técnico de Logística**

**Orientador: Prof. Rodolfo Angelo
Gerstenberger**

DIADEMA – SP
2017

FOLHA DE APROVAÇÃO

Douglas de Souza Mendonça Junior

Ivanilson Macario

Leonardo Aparecido Soares da Silva

Luan dos Santos Domiciano

Wagner Dias de Lima

Aplicativo Logístico Transporte de Serviços Ambulantes

DEDICATÓRIA

Dedicamos nosso trabalho aos professores por sua orientação e colaboração por ajudar nos. Pelos nossos familiares por forte incentivo e apoio e pelos companheiros de trabalhos por sua compreensão e ajuda. Apesar das dificuldades conseguimos. Obrigado a todos.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, por ter nos dado a oportunidade de aprendizado neste curso e também aos nossos pais e amigos. E por fim pelos companheiros de grupo que dedicaram seu tempo para o desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso.

EPIGRAFE

**“Que os vossos esforços desafiem as
impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes
coisas do homem foram conquistadas do que parecia
impossível”**

(Charles Chaplin)

RESUMO

Ao desenvolver do nosso trabalho TCC, idealizamos trabalhar nosso assunto, em cima de um sistema logístico, que interligam o consumidor com vendedores ambulantes de vários tipos de produtos e serviços, um sistema que de certa forma o cliente pode solicitar certo produto, nas suas proximidades e receber em sua própria residência.

Com a dificuldade do comercio ambulante em encontrar seu público alvo, este tipo de sistema facilitaria as vendas, e a locomoção certa dos vendedores.

Ainda tal ideia possibilitaria a grande inovação e impacto que isso iria causar no comercio e mercado em geral e ajudaria economicamente nosso país ao desenvolvimento. Esse tipo de inovação criaria muitos outros conceitos e possibilidades de como explorar o mercado, como aumentar a visão de negócios e expandir o crescimento de novos tipos de trabalho.

Hoje o que mais se fala é em como podemos melhorar e aperfeiçoar as vendas e as compras de produtos e a luta constante por melhorias em todas as áreas de negócios comerciais e empresariais, o que estamos propondo no nosso trabalho é uma pequena amostra do que será feito nos próximos anos, o aperfeiçoamento e exploração das melhorias em todos os ramos de atividades, e aquele empreendedor que não estiver com essa tese em mente, ficará para trás no novo mercado de trabalho.

Palavras-chave: Sistema logístico. Comercio Ambulante. Empreendedor. Inovação.

ABSTRACT

In developing our TCC work, we plan to work on our subject, on top of a logistics system, that interconnects the consumer with street vendors of various types products and services, a system that the customer can in certain way request a product in its vicinity and receive in his own residence.

With the difficulty of mobile commerce in finding its target audience, this type of system would facilitate the sales, and the right locomotion of the sellers.

Yet such an idea would enable the great innovation and impact that this would have on the trade and the market in general and would help our country economically to develop. This type of innovation would create many other concepts and possibilities of how to explore the market, how to increase the business vision and expand the growth of new types of work.

Today what is more talked about is how we can improve and improve sales and purchases of products and the constant struggle for improvements in all areas of business and business, what we are proposing in our work is a small sample of what will be done in the Improvement and exploration of improvements in all branches of activities, and that entrepreneur who does not have that thesis in mind will be left behind in the new job Market.

Keywords: Logistic system. Trading. Entrepreneur. Innovation

Sumário	10
1.INTRODUÇÃO	11
1.1.QUESTÃO - PROBLEMA	11
1.2.OBJETIVO	11
1.2.1.OBJETIVOS ESPECIFICOS	11
1.2.2.JUSTIFICATIVA	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 COMERCIO GERAL	13
2.1.1 CONCEITO E HISTÓRIA DO COMERCIO	14
2.1.2 HISTORIA DO COMERCIO ELETRONICO NO BRASIL	14
2.1.3. TIPOS DE COMERCIO	16
2.1.4. AMBULANTE E MEI	17
2.1.5. ECONOMIA IMPACTO SOCIAL	19
2.1.2.1.2 LEGISLAÇÃO	20
2.3 PLANEJAMENTO LOGISTICO	21
2.3.1 TRANSPORTE	23
2.3.1.1 ROTEIRIZADOR	25
2.3.1.1.1 ROADSHOW	25
2.3.1.1.2 TRUCK TOP	26
2.3.1.1.3 GPS	27
3 ESTUDO DE CASO	29
3.1 METODOLOGIA	29
3.2 ANALISE DE PESQUISA DE CAMPO	29
4 CONCLUSÃO	30
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32

1 INTRODUÇÃO

Nos tempos atuais o aumento de empreendedores no Brasil teve um crescimento notável, muitos abrindo seu próprio comércio, sendo seus próprios chefes, e alguns até recorrendo ao trabalho autônomo, entre esses pequenos empreendedores, estão os comerciantes ambulantes.

O Comercio ambulante sofre muitas críticas e preconceito aos olhos de alguns públicos e até mesmo do governo, pois em muitos casos não possuem a licença para poder exercer o seu trabalho, isso acaba acarretando uma série de problemas para aqueles que não possuem a licença e até para quem possui, tendo em vista esse tipo de trabalho como "ilegal".

Segundo pesquisas o Governo deixa de arrecadar milhões de reais por ano e com isso em vez de buscar uma solução para o problema eles tentam acabar com tal tipo de atividade comercial afim de fazer com que esses comerciantes abram o comercio no local apropriado e com todos os meios devidos para que se torne algo rentável para a sociedade. Tendo outras formas de fazer com que tudo seja reaproveitado e utilizado a seu favor para o crescimento econômico, podendo utilizar os recursos ou impostos arrecadados para outros meios, como, educação, cultura, segurança e saúde.

O comercio informal envolve as atividades que estão à margem da formalidade, sem firma registrada, sem emitir notas fiscais, sem empregados registrados e sem contribuir com impostos para o governo. Existem vários tipos de comercio informal, que vão desde vendedores ambulantes a vendas pela internet por próprios usuários como por exemplo a OLX.

Cada vez mais a população busca conforto e comodidade no quesito aos serviços oferecidos pelas empresas, sejam elas grandes ou pequenas, e muitas empresas não conseguem atender a certos nichos de mercado, e é aí que entra o comércio informal, atendendo o consumidor nos mais diversos locais, seja no metro, no ônibus e até mesmo em sua residência, passando próximo ao local.

O comércio ambulante [...] assumiu formatos diferentes, quer na forma de mercados temporários ou feiras, quer como barracas isoladas, panos estendidos no chão. Carroças, carros e o próprio ambulante perambulando em busca de consumidores. (Vargas. 2001, p. 303)

Cada dia que passa presenciamos o crescimento notório desses comerciantes, pois a grande taxa de desemprego gera o trabalho informal ou o próprio comércio ambulante.

Num certo sentido, o mercador ambulante de hoje pode ser associado àquele da Idade Média, que buscava naturalmente os locais onde a concentração de homens permitia esperar oportunidade de ganho. O espírito farejante desses mercadores permanece presente nos dias de hoje, determinando a implantação do comércio ambulante nas áreas urbanas de maior influência. (Costa.1989, p.31)

1.1 QUESTÃO - PROBLEMA

Às vezes o vendedor ambulante sente muita dificuldade em vender seu produto, pois na maior parte das vezes passa pelo local errado e acaba deixando de vender sua mercadoria. O mesmo acontece com o comprador, que mal sabe que ali perto há um vendedor que tem o que ele precisa naquele momento, seja um gás, uma fruta ou um produto de limpeza.

Qual a viabilidade de criação de uma plataforma ou aplicativo que facilite essa negociação ou transação entre prestador de serviços/mercadorias x consumidor, de que maneira isso ajudaria no crescimento econômico do país? E quais valores agregariam para a sociedade?

1.2 OBJETIVO

Reunir o comércio ambulante, buscando através de um aplicativo logístico de entregas reunir todo o comércio, onde facilite a venda e a compra de produtos para suprir a necessidade do público.

1.2.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Nosso grupo vem com o intuito de propor uma ideia de criar um aplicativo de celular de localização e entregas que atue em todo o território Brasileiro, para o mercado ambulante em geral, sempre buscando diversificar as variedades de produtos, com mais comodidade e praticidade a todos aqueles que quiserem usufruir de tal serviço, tornando a distância do consumidor e cliente cada vez menor.

1.2.2 JUSTIFICATIVA

Cada vez mais a população está mais exigente com as lojas, com produtos, prazos de entregas mais curtos, preços mais baratos. Percebemos que cada vez mais os clientes estão mais exigentes no quesito qualidade e prazos de entrega ou serviços, o que acaba acarretando competitividade e busca por serviços cada vez melhores.

Com esse conceito, este tipo de comercio abriria oportunidades para quem trabalha ou quer trabalhar com tal negócio, ainda, abriria muitas oportunidades para empresas e lojas fixas tais como, mercados, feiras de legumes e frutas, panificadoras entre muitos outros negócios que poderiam inovar junto a isso. O Aplicativo surge com a ideia de melhorar a relação entre os ambulantes com os clientes, assim facilitando as vendas e as compras melhorando a relação entre ambos os lados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 COMERCIO GERAL

Quando falamos de comercio, estamos falando dele como um todo, como, produtos, serviços, marketing, publicidade, economia, inovação entre vários outros conceitos.

Com as inovações tecnológicas, o comercio tem se expandindo cada vez mais, a questão da competitividade entra nesta parte, fazendo com que toda a empresa ingresse no mercado competitivo, sendo inovadora no mercado, gerando riquezas para o pais e produtos ou serviços para os consumidores.

Em termos político-econômicos, o consumidor é um fator de equilíbrio, uma vez que se insere dentro de uma estrutura econômica voltada para a produção e para o comercio. (Gade 1980).

O Comercio cada vez mais tem se expandido, e com isso a necessidade de vários meios para alcanças o seu "público alvo", fazendo com que as empresas tenham estratégias diferentes para buscar o seu cliente, fazendo o famoso Marketing.

O comercio geral abrange toda a cadeia de relacionamentos entre indústria e comprador, gerando economia para os países em desenvolvimento e desenvolvidos, o comercio é necessário para movimentar riquezas para os países, de acordo com a Secretaria da Fazenda do Estado do Mato Grosso "O comerciante exerce uma atividade vital para o desenvolvimento da economia de uma nação: o comércio, isto é, permutação de produtos, troca de valores, relação de sociedade ou negócio"

Quando falamos em comercio geral, falamos dele como um todo, não só pequenas empresas, mas de todas as empresas, todas estão dentro desse conceito. Mas voltando para os pequenos, aqueles que se encontram em todo centro da cidade e afins.

Em relação ao mercado de trabalho, o comércio é um dos setores que mais geram empregos no país. Segundo o último levantamento do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) do Ministério do Trabalho e Emprego, no mês de junho de 2010 foram criados 5.287 empregos celetistas em Mato Grosso, 1,03% a mais na comparação com o estoque de assalariados com carteira assinada do mês anterior. (Secretaria da Fazenda do Estado do Mato Grosso ,2014)

A atividade comercial no Brasil tem sofrido fortes impactos nos últimos anos devido a um conjunto de fenômenos e fatos econômicos mundiais e locais.

2.1.1 CONCEITO E HISTÓRIA DO COMERCIO

Definir uma data exata do início do comércio, é uma tarefa bem difícil, em bases históricas definem o princípio do comércio a partir dos pagamentos feitos por sistema de trocas, onde era um sistema, que se trocavam produtos por outros produtos, ou serviços, essa era a forma de pagamento antes mesmo do início da moeda. Sistema de trocas era feitos por pessoas da mesma comunidade, cada família possuía uma certa habilidade: pesca, agricultura ou pecuária etc. Com isso produziam mais do que consumiam, com isso mesmo armazenando o produto, se perdia muito e também necessitavam de outros tipos de produtos. Nessa situação foi quando começou a aparecer o sistema de trocas, com isso o desperdício diminui e as trocas, e as pessoas utilizam as mercadorias que sobriam para obter outros bens de necessidades.

Conforme o passar dos tempos, os tipos de comércio foram evoluindo junto ao tempo, hoje temos diversos mercados aos quais vemos no dia-a-dia.

Como as referências conhecidas para regular o emprego estão perdendo sua pertinência, a tipologia formal/informal se torna insustentável, a não ser que se tenha um conceito de formalidade, cuja base para ser trabalhador formal seja tão-somente estar diretamente empregado por meios de produção tipicamente capitalistas, embora submetido à mesma desproteção social que o trabalhador informal. (TAVARES, 2002, p. 52)

2.1.2 HISTORIA DO COMERCIO ELETRONICO NO BRASIL.

A internet, surgiu a partir de 19, quando surgiu a rede mundial de computadores, a famosa internet, que é um projeto da empresa dos Estados Unidos chamada Arpa, que desenvolveu o projeto Arpanet criada em 1969, a internet em princípio foi criada como uma ferramenta para uso de universidades, que permitia que universidades trocassem informações simultaneamente, no início esse sistema era apenas para 4 universidades. Mais entre as décadas de 70 e 80, o sistema começou a crescer e melhorar, em 1972 já haviam 37 universidades com o serviço disponível, e em 1983, o sistema conseguiu atingir um número de 562 universidades com o sistema disponível, para época era um alcance incrível. Apesar que na época era um sistema em testes para desenvolvimento e testes tecnológicos, grande parte das entidades participantes do sistema, começaram a utilizar seus serviços, para uso de necessidades diárias, como arquivos, troca de mensagens e transferências de arquivos.

Em 1983 a então Arpanet teve parte de sua equipe dividida, isso transformando em duas ferramentas do governo dos Estados Unidos, ela se transformou em MILNET, que foi para uso da *Defense Data Network*, e a Arpanet, com sua equipe diminuída, começou a dedicar seus serviços para pesquisa e desenvolvimento. O termo internet começou a ser utilizado para mencionar a MILNET mais a ARPANET, na década de 90 teve o encerramento de suas atividades.

A internet chegou ao Brasil em 1988, por meio de parcerias de algumas universidades, no seguinte foi criado o Ministério de Ciência e Tecnologia. A RPN (Rede Nacional de Pesquisas), tinha como iniciar e disponibilizar o acesso a rede internet no Brasil, a RPN teve uma ferramenta para dar início as suas tarefas, a primeira foi o *backbone* também conhecido como *backbone* RPN, que na época interligavam as universidades do país. De começo esse *backbone* ligavam 11 estados, porém somente suas capitais, ligados a esse *backbone* principal de cada estado foi criado os *backbone* regionais, com a ideologia de ligar universidades de outras cidades, fora da capital ao sistema. Em 1995 a RPN começou com a implantação comercial da internet, ou seja, liberar o acesso à internet para o público.

No Brasil o crescimento da internet vem impressionando, no início apenas 2,5 milhões de usuário no país, em 2011 alcançando o número de 85,1 milhões de usuários, com aproximadamente mais da metade de usuários da rede sendo de classe média-baixa e segundo o IBGE, em 2016 ultrapassamos a marca de 100 milhões de usuários, “desde de 2007 são vendidos mais computadores do que televisão no país” (Turchi 2016 pag. 7)

O comércio eletrônico no Brasil, tem menos de 20 anos, e nesse período muita mudanças e evoluções ocorreram, até mesmo com a velocidade da internet, mudamos de uma internet discada de 56kbps, atualmente temos a fibra ótica, os consumidores vem se tornando bem flexível e, as compras no e-commerce estão tendo um processo mais fácil e ágil de serem concluída.

O comércio chegou ao Brasil em 2000, com a ideia de mudar o comércio eletrônico, com novos conceitos e inovadores, multinacionais foram pioneiras nesse tipo de mercado no Brasil, Américas, Pão de açúcar e etc.

2.1.3 TIPOS DE COMÉRCIO

Hoje com os mais diversos tipos de trabalhos e produtos, existem diversos tipos de comércios para poder se vender as mercadorias ou serviços, temos alguns tipos de comércio como, comércio eletrônico, comércio formal, comércio informal etc.

Comércio eletrônico, O comércio eletrônico é a transação realizada por meio eletrônico de dados, normalmente internet. Situação em que a empresa vendedora cria um site, que funciona como uma vitrine virtual, para comercialização de seus produtos e os expõe para oferta. Da mesma maneira em que funciona em uma loja tradicional, só que para o cliente conhecer o que estão comprando deve disponibilizar imagens, descrição técnica, preço e formas de pagamento. De outro lado, o consumidor acessa os diversos portais em busca de produtos que atendam suas necessidades.

Comércio formal, baseia-se na troca voluntária de produtos. As trocas podem ter lugar entre dois parceiros ou entre mais do que dois parceiros. Na sua forma original, o comércio fazia-se por troca direta de produtos de valor reconhecido como diferente pelos dois parceiros, cada um valoriza mais o produto do outro. Os comerciantes modernos costumam negociar com o uso de um meio de troca indireta, o dinheiro. É raro fazer-se troca direta hoje em dia, principalmente nos países industrializados. Como consequência, hoje podemos separar a compra da venda. A invenção do dinheiro e subseqüentemente do crédito, papel-moeda e dinheiro não-físico, contribuiu grandemente para a simplificação e promoção do desenvolvimento do comércio.

O comércio pode estar relacionado à economia formal, legalmente estabelecido, com firma registrada, dentro da lei e pagando impostos, ou pode ainda estar relacionado à economia informal, que são as atividades à margem da formalidade, sem firma registrada, sem emitir notas fiscais, sem pagar imposto.

Comércio Informal, A palavra é um galicismo (provém de camelô, em francês, "vendedor de artigos de pouco valor"), e muitas vezes é substituída por "marreteiro". Camelô e ambulante são sinônimos, só que a primeiro é uma denominação popular e a segundo é uma denominação da legislação, pode exercer vendas em um ponto fixo ou as exercê-las em movimento.

As empresas estão sempre buscando maneiras de alcançar seu público alvo, e isso gera inovação para o mercado e recursos novos para alcançar os mesmos. O

Comércio existe em diferentes setores, ainda que legal ou ilegalmente, no caso do vendedor ambulante que se enquadra dentro do comércio informal, é um inovador assim como qualquer empresa, que busca atender um público específico com sua mercadoria.

2.1.4 AMBULANTE E MEI

Em tempos de crise econômica, cresce cada vez mais o mercado informal e o resultado é o aumento de pessoas que trabalham por conta, ou seja, na área do comércio ambulante. Segundo o site, empregabrasil.com.br "Por falta de emprego essas pessoas optam por abrir um novo negócio para que não possam ficar sem nenhuma renda mensal, esses ambulantes armam suas barracas e vendem diversos tipos de produtos em praças, ruas, lugares públicos etc"¹. O ambulante é aquele que trabalha por conta própria, normalmente são pessoas que ficaram desempregadas, aposentados que passam necessidades devido ao baixo valor da aposentadoria, deficientes físicos que encontram dificuldades para entrar no mercado de trabalho, ou qualquer pessoa que se encontre em dificuldades financeiras, eles encontram no comércio ambulante uma fonte de renda. Essas pessoas vendem mercadorias que eles produzem, ou que adquirem comprando mais barato no Atacado ou Varejo e revendem em vias públicas, portando sua autorização por tempo predeterminado de validade ou vendendo clandestinamente. O vendedor ambulante deve ter a consciência de vender os seus produtos com qualidade e deve se preocupar em atender os clientes dando-lhes garantia que seus produtos irão satisfazer suas expectativas. Segundo Jonas Alberto Zanzini, proprietário de um carrinho de cachorro – quente, "um vendedor de alimentos, além de comprar bem, ter qualidade e higiene, precisa ser simpático, comunicativo e trabalhar rápido. Fora tudo isso, é condição indispensável e deve estar sempre atento ao que o freguês quer, para burlar novidades".

Ainda a muitos conceitos que podem ser colocados para que o ambulante possa estar dentro dos conformes da lei e possa trabalhar legalmente sem ter problemas exercendo suas atividades normalmente, esse conceito pode exemplo pode ser o MEI.

¹ Acessado em: <https://empregabrasil.com.br/ideias-de-negocios/comercio-ambulante-lucrativo-saiba-como-montar/> no dia 31/10 às 20:00

MEI significa, microempreendedor individual, e para aqueles que são comerciantes ambulantes ou autônomos é a melhor forma para legalizarem seu negócio e se tornarem pequenos empresários.

Após a legalização possuirão CNPJ podendo emitir notas fiscais, abrir conta em banco como pessoa jurídica, dentre outras vantagens.

Para se tornar MEI é preciso exercer somente atividades permitidas para essa categoria, fatura até R\$ 60.000,00 por ano ou até R\$ 5.000,00 por mês, não possuir outra empresa como dono ou sócio, não podendo ter filial e trabalhar sozinho ou com um funcionário que receberá um salário mínimo.

A importância de se formalizar é que o ambulante ou autônomo terá facilidade para conseguir crédito, vender para outras empresas, e não ter suas mercadorias apreendidas por irregularidades, por esse motivo tem aumentado o número de formalizações.

O MEI incentiva pessoas a se tornarem empreendedores e é um meio para a formalização do próprio negócio. A participação desses micros empresários no mercado é importante para o aquecimento da economia. Por esse motivo, o governo facilita para àqueles que tem uma ideia de negócio e querem se tornar uma empresa.

A intenção é que essas pessoas apostem na sua visão e no seu futuro promissor, pequenos empresários que trabalham em casa, ambulantes e todos aqueles que não tem empresa legal. É importante mencionar a facilidade de se abrir a MEI, não à burocratização, o que torna incentivador a formalização dessas empresas

De acordo com Van Brussel (2014), Empreendedorismo começa na maneira como a pessoa pensa, e baseado nesses pensamentos ela é levada à atitudes que mudam seu estilo de vida. Empreendedorismo é para pessoas que estão insatisfeitas e sem alternativas de fontes de renda.

É uma forma de expressar a criatividade e não se conformar com a situação e sair da inatividade com ações, então mesmo que você não esteja trabalhando na próxima invenção que vai mudar o mundo, existem aspectos do pensamento empreendedor que vão enriquecer seu trabalho e sua vida.

James Altucher, autor, investidor e empreendedor, diz que, para ele, "ser um 'empreendedor' não significa fundar o próximo Facebook. Nem sequer começar um

negócio. Significa encontrar os desafios que você tem na vida e buscar maneiras criativas de superá-los".

2.1.5 ECONOMIA E IMPACTO SOCIAL

O projeto tem como foco o comércio ambulante, do qual grande parte trabalha de forma não regulamentada nas questões fiscais como pagamento de impostos e subsídios; o impacto disso não atinge somente o comerciante em si mas todo o mercado, essa prática também é conhecida como "mercado cinza" que é constituído por trabalhadores de diversas áreas que são pagos "sob a mesa" que não pagam impostos sobre o rendimento de modo que não contribuem para os serviços públicos como segurança, saúde e educação. "Em geral a economia ilícita torna mais difícil para os governos aumentar as receitas" James Hamilton, economista da Universidade da Califórnia em San Diego.

Atualmente é notável que o aumento da economia cinza vem aumentando de forma alarmante e são vários os pontos que influenciam isso como o grande número de desemprego que, acaba forçando a população a procurar outras maneiras de sobreviverem, muitas delas no ramo alimentício como a venda de lanches, doces e comidas em geral; Outros com o intuito de alcançar mais receita investem em um pequeno veículo ou barraca e adaptam para vender em regiões próximas de casa, porém por falta de conhecimento e ou condição deixam de lado a parte legislativa assim não pagando os subsídios e impostos necessários. "Quando você tem muitas pessoas na economia ilícita, a única maneira de imputá-los é através da inflação. Ninguém gosta de inflação, mas ninguém gosta de pagar impostos mais altos ou ver seus serviços sociais também serem cortados" James Hamilton, economista da Universidade da Califórnia em San Diego.

Esse tipo de evasão fiscal desenfreada tem um efeito devastador sobre a economia, fazendo com que os governos elevem ainda mais as taxas de impostos e reduzindo os serviços públicos, os salários e a folha de pagamento o que resulta em um encorajamento maior para o comércio cinza e colocando um fardo e um saldo cada vez maior sobre uma proporção cada vez maior de cidades que seguem e respeitam as leis.

Nem todos os economistas concordam, mas muitos dos trabalhadores da economia cinza são empregados apenas porque podem oferecer vantagens de preço aos seus

clientes ao não pagar impostos. Se essa vantagem desaparecer eles poderiam ficar sem emprego e fora do mercado de trabalho e os governos ainda não estariam cobrando impostos.

“Se Atenas, Madri e os outros governos da Europa recolhessem todos os impostos cobrados, suas populações seriam forçadas a comer areia”. Peter Morici, economista da Universidade de Maryland 2007.

2.1.2.1.2 LEGISLAÇÃO

A legislação trabalhista é um conjunto de leis e normas que tem como objetivo

Regulamentar as atividades trabalhistas seja em relação aos direitos do trabalhador como também em suas obrigações, usadas também ao empregador. A legislação trabalhista é um ramo novo do direito em comparação aos outros ramos, pois surgiu no século XX após muitos anos de protestos e reclamações de setores trabalhistas que reivindicavam por melhores condições de trabalho, estabilidade e segurança.

Antes de fazer qualquer tipo de reclamação é muito importante que os trabalhadores conheçam bem os seus direitos e suas obrigações por isso que é bom ter o conhecimento da legislação trabalhista.

A legislação trabalhista é separada em duas formas no direito individual e no direito coletivo. Enquanto o primeiro representa os direitos particulares do empregador ou trabalhador, por exemplo, a quantidade de horas, o salário mínimo, as possíveis licenças, etc., o direito coletivo tem a ver com a figura do sindicato. O sindicato é uma organização social que surgiu para defender os direitos dos trabalhadores de um ramo ou de uma área de trabalho específica, e hoje é considerado um direito dos trabalhadores fazer parte de um destes sindicatos para poder ter seus direitos cumpridos. Junto à figura do sindicato também se estabelece o direito coletivo da greve e do protesto.

No caso do comercio ambulante a lei fica um pouco vaga, mas seria o certo eles também pagarem impostos e registrar o CNPJ, por isso seria até viável se registrarem como MEI. Os ambulantes deixam de pagar os tributos, conforme os termos do código tributário nacional (CTN) encontrando na Lei nº 5.172/1996:

Art 3º: Tributo é toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada [...].

Segundo o código de proteção e defesa do consumidor

Art.4º: A Política Nacional de Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito a sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

Caput: com redação determinada pelo art. 7º, da Lei nº 9.008, de 21.03.95.

I – Reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II – Ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

- a) por iniciativa direta;
- b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;
- c) pela presença do Estado no mercado de consumo;
- d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, Segurança, durabilidade e desempenho.

2.3 PLANEJAMENTO LOGÍSTICO

A necessidade de um planejamento é fundamental nas diversas áreas de atuação e no âmbito da logística não é diferente, uma vez que esta é responsável por uma variedade de decisões que são tomadas nas mais diversas ocasiões em que seu serviço é requisitado. Sendo assim, a facilidade ou a dificuldade de acesso às informações é que vai determinar, em parte, como devemos trabalhar adequadamente o planejamento logístico.

Então, o objetivo principal do planejamento logístico é prever o comportamento mercadológico e adaptar-se a possíveis mudanças com adequada antecedência, não somente estabelecer um processo de reação a alterações do mercado. Devemos nesse processo levar em conta os riscos, os benefícios, os custos e o retorno sobre investimentos. Pois uma orientação de planejamento, organização é simplesmente executada pela onda de eventos ao invés influenciar a forma de tais eventos. (CAMPOS. pg. 98)

Segundo (BOWERSOX et al., 1986) "É um esforço integrado com o objetivo de ajudar a criar valor para o cliente ao menor custo total possível", ou seja, buscar melhorar continuamente os custos dos produtos e manter ou até melhorar a qualidade afim de melhor aproveitamento do consumidor ou cliente final.

Ainda, para reduzir custos pessoas estão fazendo do seu próprio veículo seu objeto de trabalho, além das empresas credenciadas que usam as vendas nas ruas como um ponto forte do negócio, existem vários veículos que vem sendo adaptados e utilizados para a venda nas ruas. Os *Foods Trucks* são os que aparecem em maior número e podem ser feitos em carros, vans, caminhonetes, caminhões ou até mesmo em ônibus.

Segundo o site SEBRAE NACIONAL. "Essa tendência virou moda e incentivou o empreendedorismo, pois muitos consumidores passaram a buscar os caminhões como forma de acesso a alimentos mais sofisticados e a preços acessíveis". Porém não vemos nas ruas apenas *Foods Trucks*, existem vários tipos de vendas como as quitandas móveis que estão direcionadas para vendas de frutas e verduras, os caminhões e carros de gás, motos que são adaptadas para vendas de roupas se tornando uma loja ambulante, é possível encontrar nas ruas peruas vendendo peixes, ovos, produtos de limpeza.

Geralmente os veículos para vendas nas ruas, são adaptados para cada seguimento de produtos que serão vendidos, são chamativos e requer muita ousadia e criatividade para a customização, sendo assim um ponto chave para atrair os seus clientes.

Trabalhar trafegando nas ruas do Brasil não é uma tarefa fácil para os vendedores na rua, o mal tempo, o trânsito e as más condições das ruas e rodovias além de fiscalizações de órgãos responsáveis que por muitas vezes impossibilitam a locomoção dentre das cidades as quais executam seus serviços.

Na obra de Eduardo Vasconcelos (Transporte Urbano nos países em desenvolvimento, 2000), existem três técnicas relevantes de intervenção sobre espaço ideológico que tem impacto direto nas condições de transporte e circulação. São elas: política, estratégica e ideológica.

A engenharia de tráfego é a fase da engenharia de transportes que trabalha com o planejamento, projeto geométrico e operação de transito das estradas, vias e calçadas, suas redes,

terminais, terrenos lindeiras e seu relacionamento com outros modos de transportes. (Vasconcelos. 2000)

Para engenharia de tráfego, é necessária constituir regras básicas para um bom desempenho de tráfego em geral dentro das grandes cidades urbanas. Uma das grandes dificuldades que vendedores ambulantes de rua, enfrentam estão relacionadas com a localização, uma vez que as ruas e estradas do Brasil estão por sua grande parte, delimitadas apenas ao trânsito de veículos e pedestres. Não há um local determinado para que vendedores que comercializam refeições ou qualquer outra mercadoria possam de fato manter-se fixo em um ponto. Além da fiscalização, que muitas vezes impossibilita caminhões de trafegar em algumas ruas, há também o empecilho do trânsito.

O que se pode concluir do comércio de ruas dentro do Brasil hoje, é que não há leis específicas que possam colaborar com o bom desempenho, e o bom uso de vias e rodovias para o comércio individual ou coletivo.

As Ferramentas logísticas são formas de melhor controlar e gerenciar o processo logístico como um todo. Para tal, as empresas devem valer-se de instrumentais de qualidade que possibilitem alcançar, da melhor forma possível, os objetivos pretendidos.

Dentre as ferramentas de qualidade voltadas às questões logísticas podem ser identificadas: Matriz GUT, gerenciamento de estoques (WMS) roteirização, diagrama de Ishikawa, análise de Pareto, histogramas, gráficos sequenciais e diagramas de correlação.

Todas essas ferramentas podem ser utilizadas para controle de estoque, de armazenagem, de distribuição, de transporte, entre outros. Muitas são operacionalizadas com base em programas de computador, a fim de facilitar e agilizar o processo, além de fornecerem informações de forma mais rápida e eficaz. (CAMPOS, pg.28)

2.3.1 TRANSPORTE

O conceito de transporte é um meio ao qual a mercadoria ou produto passará para chegar ao seu local de destino, cada carga tem um meio específico para se chegar ao seu objetivo final, seja em navios, aviões, caminhões, entre muitos outros meios, cada qual a sua necessidade em específico.

Assim, a exemplo das demais modalidades, a escolha dos equipamentos a serem utilizados deve ser baseada em modelos de análise, de forma a se ter uma resposta correta para a pergunta: "Qual o veículo ideal para atender a determinada necessidade de transporte?". (VALENTE et al, 2017)

De acordo com Alvarenga e Novaes (2000: 93), para se organizar um sistema de transporte é preciso ter uma visão sistêmica, que envolve planejamento, mas para isso é preciso que se conheça: os fluxos nas diversas ligações da rede; o nível de serviço atual; o nível de serviço desejado; as características ou parâmetros sobre a carga; os tipos de equipamentos disponíveis e suas características (capacidade, fabricante etc); e os sete princípios ou conhecimentos, referentes à aplicação do enfoque sistêmico. Quanto aos parâmetros de carga, os principais elementos são: peso e volume, densidade média; dimensão da carga; dimensão do veículo; grau de fragilidade da carga; grau de perecibilidade; estado físico; assimetria; e compatibilidade entre cargas diversas. Sendo assim, pode-se observar que no transporte de produtos, vários parâmetros precisam ser observados para que se tenha um nível de serviço desejável pelo cliente. Dependendo das características do serviço, será feita a seleção de um modal de transporte ou do serviço oferecido dentro de um modal. Segundo Ballou (2001:156), a seleção de um modal de transporte pode ser usada para criar uma vantagem competitiva do serviço. Para tanto, destaca-se a seguir algumas características dos modais de transporte.

No caso do presente trabalho, por ser um produto a ser criado, vários métodos de transportes para as pessoas poder utilizarem, um exemplo é o próprio vendedor de espetinhos, que sai com o carrinho e percorre o seu trajeto, e a vários outros exemplos, mas no caso de uma pessoa que não possua tal opção, possa utilizar mochilas de entregas, como aquelas que vemos os *moto-boys* usando no dia-a-dia do seu trabalho. Cada tipo de mercadoria tem um determinado modo a ser feito o transporte, depende da necessidade do produto a ser colocado em questão.

Segundo Nazário (In Fleury et al, 2000:), um dos principais pilares da logística moderna é o conceito de logística integrada, fazendo com que as atividades e funções logísticas deixem de ser isoladas e passem a ser percebidas como um componente operacional da estratégia de marketing. Na relação Transporte e Serviço ao Cliente, o primeiro é extremamente influente no desempenho do segundo, devido às exigências de pontualidade do serviço, tempo de viagem, capacidade de prover um

serviço porta a porta, à flexibilidade para o manuseio de vários tipos de cargas, gerenciamento dos riscos quanto a roubos, danos e avarias e à capacidade de o transportador oferecer mais que um serviço básico de transporte, tornando-se capaz de executar outras funções logística.

2.3.1.1 ROTEIRIZADOR

A Roteirização de transportes hoje em dia é uma tendência a ser seguida, pois com ela conseguimos realizar entregas e coletas de uma forma eficaz. Com a ajuda de softwares integrados e com isso estabelecer uma otimização de serviço, Afim de Satisfazer as necessidades do consumidor final, seja ele qual for.

Um roteirizador é uma ferramenta tecnológica de roteirização para o planejamento diário da operação de transporte e distribuição de mercadorias. As principais finalidades da ferramenta são o cálculo de quilometragem, seja para auditar fretes pagos às transportadoras terceirizadas, seja para calcular os custos de frete. É uma ferramenta utilizada para planejar e controlar a operação de transporte.

Trata de todas as atividades de movimentação e armazenagem, que facilitam o fluxo de produtos desde o ponto de aquisição da matéria-prima até o ponto de consumo final, assim como dos fluxos de informação que colocam os produtos em movimento, com o propósito de providenciar níveis de serviço adequados aos clientes, a um custo razoável. (BALLOU 1993, p.24).

2.3.1.1.1 ROADSHOW

Parece ser um sistema bastante flexível, possibilitando a tomada de decisões baseada em custos reais de distribuição, considerando variáveis como tempo, tráfego, condições das ruas, entre outras. Nesse sistema, o mapa de operação, sobre o qual são exibidas as rotas, é scaneado do mesmo mapa usado por despachantes e motoristas, ou seja, com todos os detalhes importantes da região em questão, garantindo, assim, que as rotas não passem por barreiras naturais ou artificiais. Comercializado no Brasil desde 1993, este sistema trabalha com janelas de tempo rígidas ou flexíveis, definindo a frequência de atendimento e selecionando os dias mais adequados ao atendimento, devido ainda a sua interface gráfica, o Roadshow pode mostrar, além de mapas contendo rotas, paradas e caminhos a serem percorridos, planilhas de cálculo de rotas com detalhes de custo para até quatro rotas.

Em nosso ponto de vista vimos que esse *software* ajuda o cliente e o comerciante, ambos a terem um aplicativo celular sofisticado com fácil acesso, ele permite que os usuários tenham um sistema de visualização e contando também com sua disponibilidade de localização, apresentando tela de seu *smartphone* ou *tablet* uma rota de planejamento de percurso.

O crescente mercado de home *delivery* tem levado as empresas à pulverização dos pedidos a serem entregues. Somando-se a isso, esse novo no mercado tem gerado exigências maiores quanto a qualidade dos serviços - horários e agendamentos. Por outro lado, empresas com operações tradicionais de venda e distribuição também necessitam incorporar ao seu dia-a-dia sistemas voltados à otimização de sua logística, reduzindo substancialmente seus custos e ampliando sua competitividade em um mercado cada vez mais seletivo.

Esse novo mercado tem sido mais exigente a respeito desse assunto de conformidade e rapidez gerando assim uma concorrência altíssima, nesse ponto de vista temos que nos desenvolver junto a essas mudanças, usando serviços de alta qualidade e desempenho, cumprindo com horários e agendamentos levando o comerciante e o cliente a ter um sistema mais ágil e de fácil manuseio.

Isso garante eficiência, agilidade, qualidade e custo benefício em toda área do comércio/indústrias do ramo logístico.

2.3.1.1.2 TRUCK TOP

Os *Trucktops for Windows*, produzido pela empresa americana *Micro-Analytics Inc.*, é o sistema especialista em roteirização mais vendido no mundo. Surgiu na década de 1960, relacionado às necessidades de suprimento das tropas americanas nas guerras da Coreia e Vietnã. Para as condições de uso propostas, foi concebido para ser um sistema de rápido aprendizado, simples e fácil para o usuário e com resultados, dentro do possível, isentos de erros. Mais tarde, foi adaptado para uso comercial, tendo feito grande sucesso.

No livro, Gerenciamento de transportes frotas, os autores citam:

O sistema pode trabalhar com qualquer tipo de mapa: Digitalizado, de parede, guia de ruas e sistemas GPS. Essa flexibilidade lhe permite ser implantado e funcionar adequadamente em qualquer circunstância e realidade, sempre com ótimo custo benefício. O programa permite a fácil

programação de rotas pelo usuário pela seleção de três arquivos básicos-frota, perdidos e parâmetros – exigindo apenas conhecimentos básicos do Windows e Excel. O Trucktop não possui bando de dados residente, o que o torna leve e ágil. Diariamente, o sistema recebe, por uma interface TXT, o arquivo de pedidos a serem entregues no mesmo dia ou no dia seguinte. A visualização das rotas pode ser feita graficamente. O sistema de mapas e digitalizados e também permite que o usuário “desenhe” mapas ou regiões, possibilitando a visualização das rotas sobrepostas a uma base cartográfica. (VALENTE ET AL 2014 p 312.)

2.3.1.1.3 GPS

Trata-se de um sistema de monitoramento de entregas ajuda na melhoria do serviço, aumentando o número de clientes e a confiança deles. São aplicações com quais os clientes conseguem acompanhar em tempo real a sua entrega, assim facilitando ao cliente se adaptar para recepção de seus pedidos, trazendo mais segurança para os mesmos. A confirmação da entrega pode ser feita via check-in do GPS, ou por fotos tiradas pelo próprio entregador.

Esses tipos de monitoramento, traz a facilidade de cumprir prazos de entregar, e mesmo se o caso de ocorrer um atraso por vários motivos, o cliente ficaria ciente do atraso, e não ocasionaria um transtorno maior.

Ferramentas de monitoramento de entregas, ajudam no serviço e melhorando a produtividade.

São aplicações que os condutores conseguem acompanhar os pedidos e entregas. Podem confirmar a entrega do pedido com check-in via GPS no local que o pedido é entregue.

O Sistema de Posicionamento Global, conhecido como GPS (*Global Position System*), é um sistema que funciona a partir de Satélites que ficam próximos a orbita da terra. Os satélites enviam sinais para a o aparelho que por fim acabam dizendo onde você está naquele momento. Muitos tipos de empresas, de diferentes modelos e variedades utilizam o GPS para ferramenta de trabalho ou até mesmo auxílio de determinado serviço como entregas, um exemplo disso é a própria UBER que trabalha com esse método.

A definição de uma cadeia logística ideal é dada pela demanda do cliente por um fluxo de entrega eficiente. Cada vez mais as empresas de classe mundial direcionam seus esforços no

sentido de usar velocidade e rapidez nas entregas como estratégias competitivas. (Council of Management CLM, 1995):

Também temos a distribuição, uma parte crucial do processo, pois, tem como sua função distribuir os pedidos certos na hora certa, e na quantidade correta. Os processos têm que estar rodando juntamente com os poucos erros, ou nenhum erro, para que toda operação seja lucrável. Um planejamento preciso, para entender demandas e a satisfação das clientes. Para que tudo sai como planejado a Distribuição, tem que fazer corretamente sua parte, da melhor forma. Uma das suas tarefas são é a conferencia de pedidos, algo que chega a ser até comum em meio as empresas, que não deveria ocorrer, é a conferencia de pedidos errados, podem gerar devolução de mercadoria, imagina o caso de enviar um pedido alimentício errado, acabaria perdendo o produto inteiro, ocasionando do um grande transtorno e perca de credibilidade com o cliente.

Roteirização é um elemento importante na distribuição, investir na tecnologia nesse processo, teria um bom retorno, pois faz parte de um momento importante do pedido que é entregar os pedidos no prazo correto, ou em até antes, assim fidelizando futuros clientes.

Saber estruturar o processo, e oferecer um serviço de nível de excelência não é uma tarefa fácil, por conta disso tem que trabalhar os pontos cruciais do processo, distribuição é parte desse "esqueleto", quando se tiver a gestão correta no processo de distribuição, um possível sucesso fica mais fácil.

3 ESTUDO DE CASO

3.1 METODOLOGIA

Os tipos de informações coletadas na pesquisa de campo estão fortemente ligados a um só ponto de pensamento e comportamento, tal que comprova necessidades e ausências presentes no cenário atual utilizado como problemática do trabalho.

- Pesquisamos informações sobre pensamento e comportamento diretamente com quem trabalha na área (vendedores ambulantes)
- Processamos as informações obtidas para a criação de gráficos e encontro de ideias próximas com base na dissertação dos entrevistados (gráficos, categorias etc.)
- Resolvemos os problemas de análise (dissertações e perguntas não respondias)
- Discutimos um senso geral sobre a pesquisa
- Finalizamos o capítulo da pesquisa com base nos resultados para reforçar a questão problema.

Dividida entre básica ou pura e aplicada, a pesquisa básica busca satisfazer uma necessidade intelectual por meio do conhecimento. Já a pesquisa aplicada tem o propósito de resolver o problema e provavelmente resulta em um produto diretamente aplicado. Souza;fialho;Otani(2007)

3.2 ANALISE DE PESQUISA DE CAMPO

No início deste trabalho foi levantada uma questão problema e buscando respondê-la, entrevistamos cerca 30 consumidores, 75% deles tem entre 18 a 25 anos, nos resultados da pesquisa de campo foi constatado que 70% dos consumidores compram produtos de comerciantes ambulantes, 10% disseram não, e 20% responderam talvez; E partes dos consumidores, representando 30% compram mensalmente e que isso deixa suas vidas mais praticas, porem que 50% dos entrevistados responderam que são a favor de uma legislação para esse tipo de comercio, independente se impactaria no preço dos produtos, com resultados apontados, o nosso projeto seria viável a grande parte dos consumidores.

Efetuamos uma outra pesquisa de campo, com perguntas especificas para comerciantes ambulante, para assim tiramos uma conclusão de ambos lados, consumidores e comerciante. Nessa pesquisa focada ao comerciante abordamos

pontos cruciais para que o mesmo, consiga se adequar com a nossa ideia de sistema, onde 100% do público entrevistado confirmaram que tem acesso a um smartphone, perguntamos se conheciam a legislação do MEI (Micro empreendedor individual), onde 75% responderam que sim, porem 75% também respondeu que não pensou em ser um, 50% responderam que se aderissem a ser uma MEI, os tributos a ser pagos impactaria criticamente no preços de seu produtos deixando de ser competitivos. Questionamos sobre o conhecimento de aplicativos semelhantes e a opinião de todos os entrevistados, foi que conhecem aplicativos semelhantes a ideia, e concluíram que são aplicativos de grande ajuda nas vendas e na economia do nosso país; 100% responderam que são rotineiros e tem uma programação diária; 50% respondeu que poderia se locomover rapidamente para atender cliente no caminho, e gostaram da ideia de fazer desvio ao caminho para atender clientes a domicilio.

Analisando nossa pesquisa de campo, concluímos que nossa ideia seria viável para ambos lados pois geraria um conforto para o consumidor receber a domicilio e aumentaria as vendas do comerciante.

4 CONCLUSÃO

O objetivo geral desse trabalho, foi atribuir uma ideia juntando os conceitos logísticos e as novas disponibilidades da tecnologia, no caso, um aplicativo celular que possibilite maior eficácia nas relações comerciais citadas nos capítulos anteriores.

A Logística abrange vários setores comerciais, industriais, empresariais e

Muitos outros, então com base nisso, pegamos um pequeno pedaço desse conceito, no caso aqui do trabalho, o comercio, e decidimos aperfeiçoar algo que precisa de uma atenção em especial, pois é algo que possa gerar e desenvolver muita riqueza se bem trabalhado. Ainda, com as novas tecnologias e disponibilidades que vemos no dia -a- dia, podemos fazer com que muito o que antes parecia impossível seja tão simples de realizar, podendo assim aumentar a qualidade de serviços de diversas áreas e ramo de negócios.

Junto ao crescimento populacional, o crescimento de consumo vem junto a ele, o que acaba levando ao aumento de trabalho para poder dar conta de tal demanda, acarretando uma série de problemas. Com tal demanda o que acontece é que muitos comércios ou serviços, acabam perdendo qualidade, e com isso perdem clientes para a concorrência, o que os levam a estar sempre buscando melhorias. Enfim, o que

estamos propondo em nossa ideia é isso, a melhoria de um serviço, que se bem trabalhado, pode levar há um novo patamar de negócio e economia para o país.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

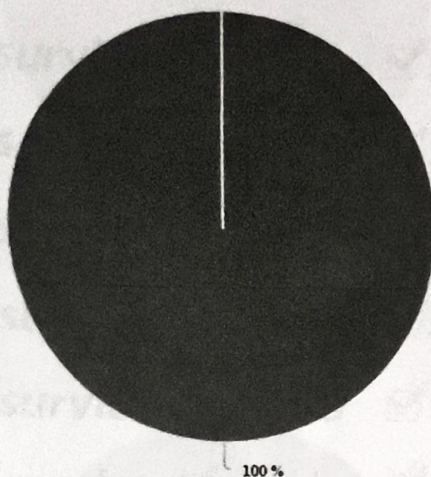
- ALVRENGA, A. C., NOVAES, A. G. N. Logística Aplicada – Suprimento e Distribuição Física. 3ª edição. São Paulo: Edgar Blücher, 2000.
- BALLOU, Ronald H. Gerenciando a Cadeia de Suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D.J Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento. 2001
- CAMPOS, L.F.R., MACEDO, C.V. Logística: teia de relações. Curitiba: IBPEX, 2007.
- COSTA, E. G. Anel, cordão, perfume barato: uma leitura do espaço do comércio ambulante na cidade de São Paulo. São Paulo: Nova Estella/Edusp, 1999.
- CLM, Council of Logistics Management. World Class Logistics: The challenge of Managing Continous Change. Illinois: The Global Logistics Research Team/Michigan State University, 1995.
- FLEURY, P.F., FIGUEIREDO, K., WANKE, P. (org.). Logística empresarial: A Perspectivas Brasileira.Coleção COPPEAD de Administração. São Paulo: Atlas, 2000
- VALENTE, A.M et al, e Gerenciamento de transportes frotas, 2.ed.rev – São Paulo, Cengage Learning, 2014.
- James Hamilton, economista da Universidade da Califórnia em San Diego.
- Peter Morici, economista da Universidade de Maryland. 2007.
- TURCHI, Sandra R. Estratégias de marketing digital e E-commerce. São Paulo. ATLAS,2016
- VARGAS, H. C. Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: SENAC, 2001
- VASCONCELLOS, Transporte Urbano nos países em desenvolvimento, Annablume, 2000.
- Secretaria da Fazenda <https://sefaz-mt.jusbrasil.com.br/noticias/2284674/sefaz-reconhece-importancia-do-comercio-para-a-economia-estadual>
- https://www.oficinadanet.com.br/artigo/1718/historico_do_comercio_eletronico
- <http://brasilecola.uol.com.br/informatica/internet-no-brasil.htm>
- <https://sites.google.com/site/historiasobreossitesdebusca/historia-da-internet/tudo-sobre-internet/arpanet>

<https://paginas.fe.up.pt/~mgi97018/historia.html>
http://www.cultura.ufpa.br/rcientifica/artigos_cientificos/ed_08/pdf/marcos_mendes3.pdf
<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/11/brasil-supera-marca-de-100-milhoes-de-internautas-diz-ibge.html>
<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/o-desenvolvimento-do-e-commerce-no-brasil/101304/>
SEBRAE NACIONAL, http://bit.ly/2onKbDk_
<https://exame.abril.com.br/pme/oito-coisas-que-as-pessoas-empresendedores-fazem-diferente/>
<http://queconceito.com.br/legislacao-trabalhista>
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-74382001000200007

ANEXO I

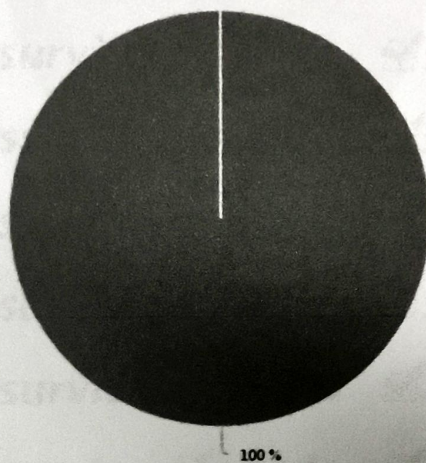
PESQUISA DE CAMPO FOCADA NOS COMERCIANTES

Você possui acesso a um smartphone ?



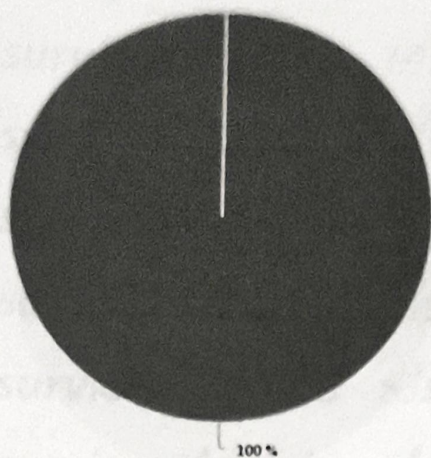
● Sim ● Não

Você utiliza aplicativos em seu Smartphone?



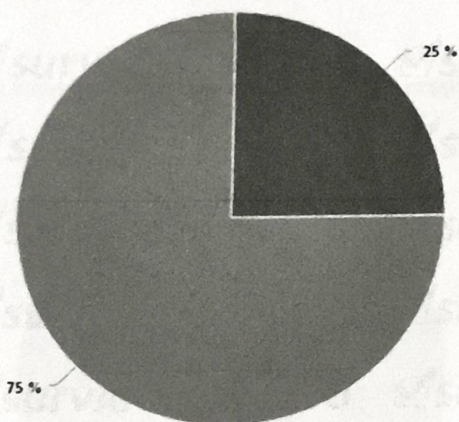
● Sim ● Não

Já ouviu fala do Uber? Uber Eats?



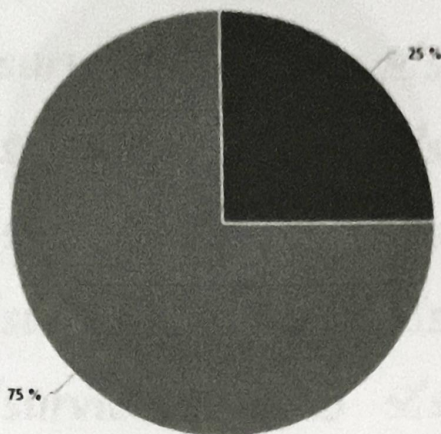
● Sim ● Não

Você sabe oque é MEI?



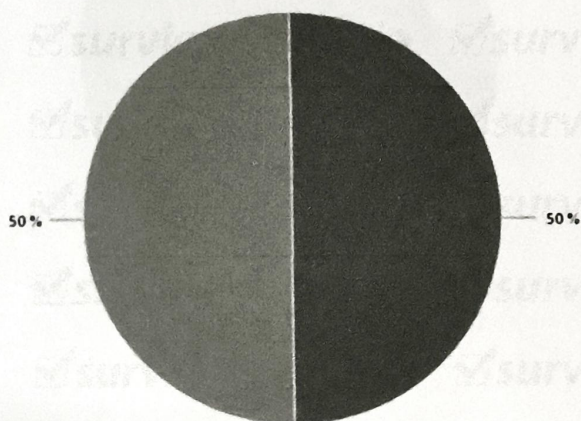
● Sim ● Não

Já pensou em ser um ?



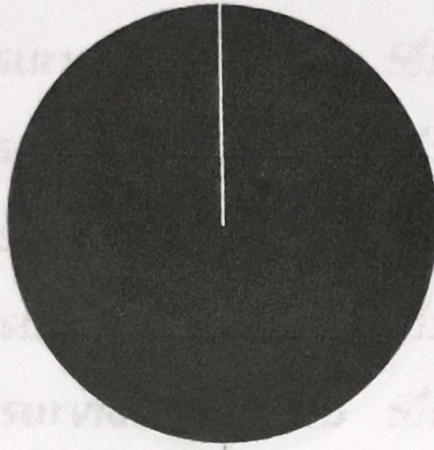
● Sim ● Não

O pagamento de impostos impactaria criticamente seu preço, deixando de ser competitivo ?



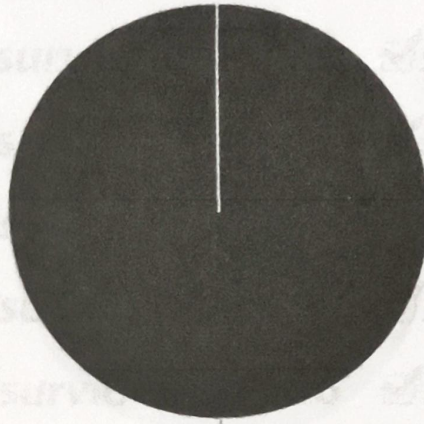
● Sim ● Não

Você é rotineiro ?



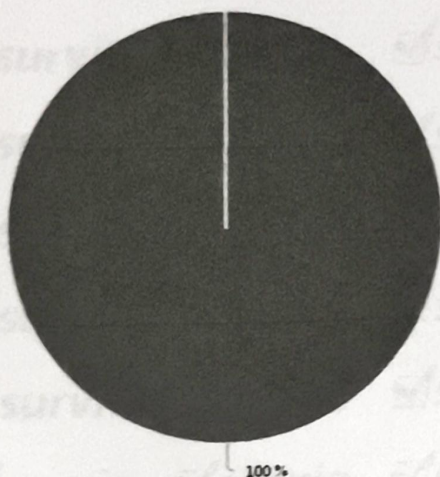
● Sim ● Não

Tem um programação?



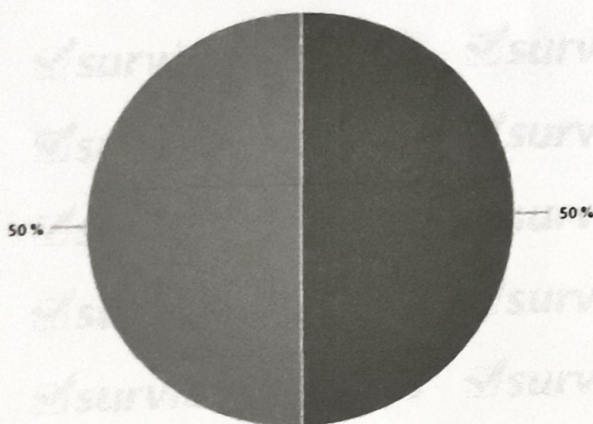
● Sim ● Não

Poderia alcançar mais clientes fazendo desvios próximos?



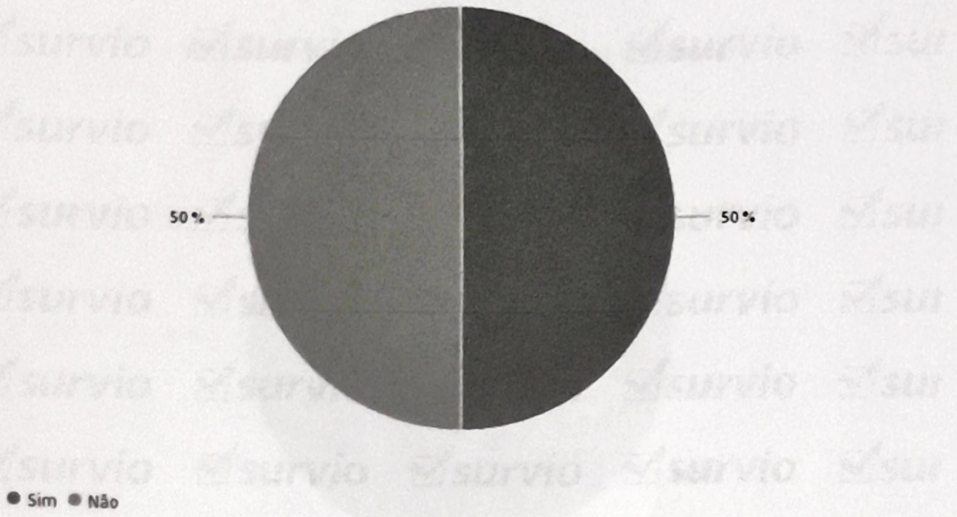
● Sim ● Não

As pessoas tem facilidades para te encontrar ?



● Sim ● Não

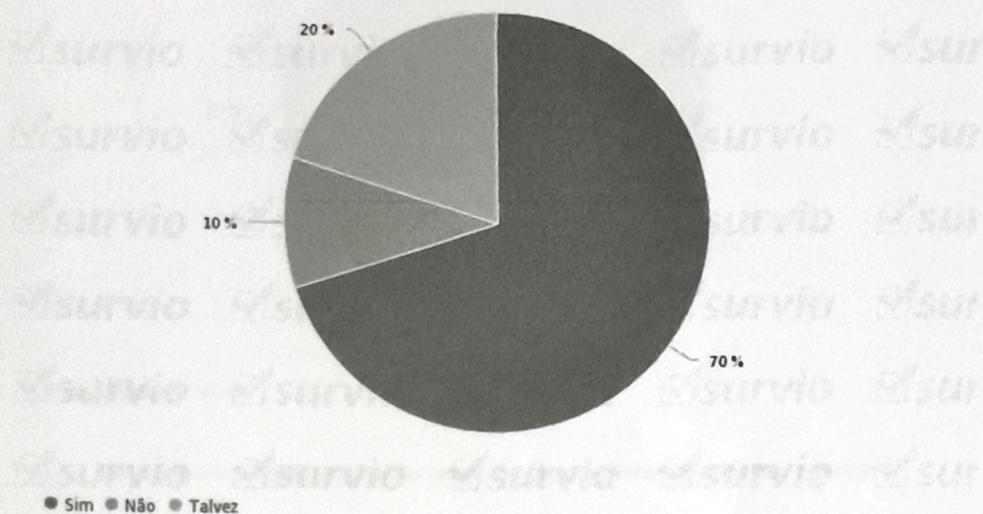
Poderia se locomover rapidamente para pontos próximos ?



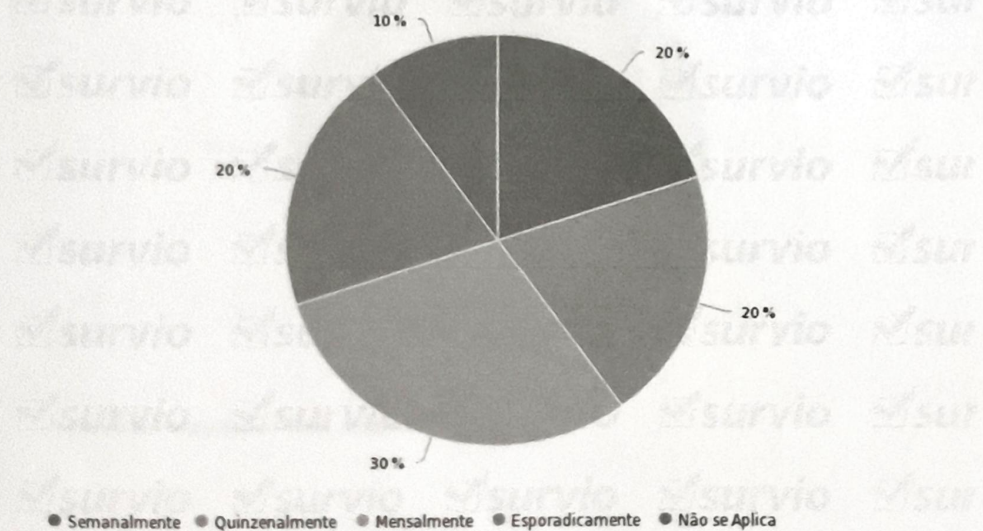
ANEXO II

PESQUISA DE CAMPO FOCADA EM CONSUMIDORES

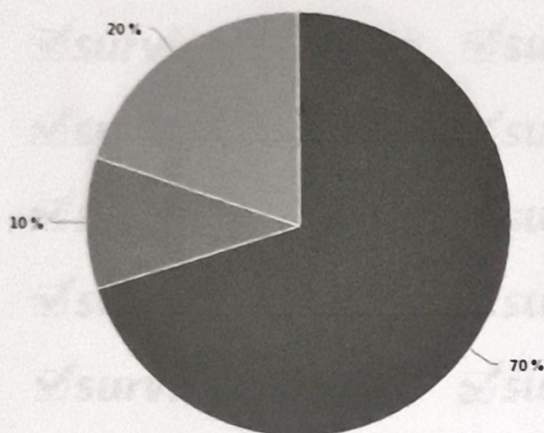
Você compra algum tipo de mercadoria de ambulante?



Com que frequência você compra?

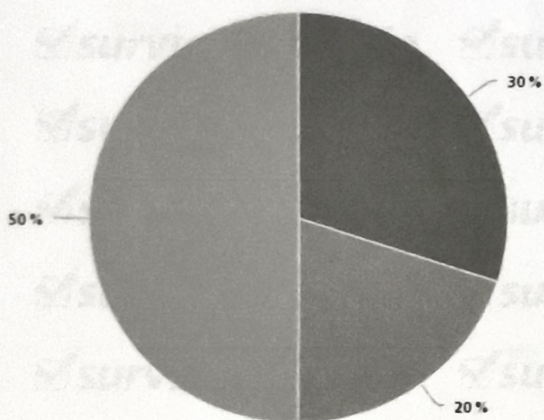


Você acredita que esse tipo de comercio deixa sua vida mais pratica ?



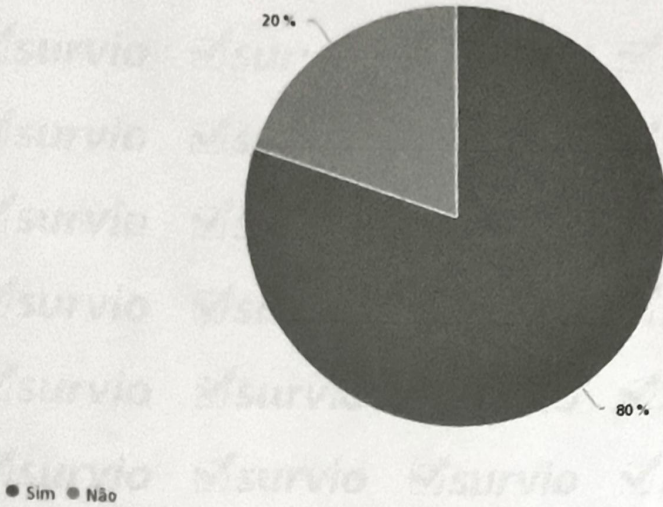
● Sim ● Não ● Talvez

Você é a favor de um legislação especifica para o comercio ambulante movel ?



● Sou a favor ● Sou contra ● Não sei opinar

Você possui Smartphone?



Na região onde você mora, existe esse tipo de comercio?

