

Terceirização sofre com falta de informação

Por Tatiana Borenstein

Assim como muitos outros setores, o de terceirização de frotas sofre com a falta de informação, que tem sido um obstáculo entre as empresas e os futuros clientes, apesar do expressivo crescimento do setor, que em 2014 registrou um faturamento de R\$ 14,72 bilhões, segundo a Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis (Abla).

Mas esse resultado poderia ter sido ainda melhor, se as pessoas se baseassem em dados reais sobre o serviço de terceirização de frotas. Ainda cultua-se a ideia de que é melhor ser proprietário de carros em vez de tê-los exclusivamente para uso, o que é muito mais vantajoso em todos os sentidos, principalmente no que diz respeito à economia e à burocracia. É um conceito típico do nosso País. Em outras regiões do mundo, as pessoas têm uma relação mais racional e menos emocional com os veículos, que é o que o meio corporativo exige para crescer de forma saudável.

É muito mais barato e simples usar um veículo de uma locadora, que coloca todos os serviços à disposição de forma padronizada e com qualidade, além de cuidar de cada detalhe em relação a impostos, manutenção, multas e tantos outros assuntos que tomam tempo e demandam investimentos.

O slogan da Marbor Locadora de Veículos resume bem essa relação de consumo: “Você usa. A gente cuida”. Principalmente para as empresas, o tempo e o dinheiro que se gasta para manter os veículos são muito grandes. Com a terceirização, os empresários têm a tranquilidade de não terem de se preocupar com nada que seja relacionado à frota.

Fazer com que as companhias conheçam os benefícios de se contratar o serviço de locação de veículos e desmistificar essa importância que se dá ao fato de ser o dono dos automóveis são alguns dos nossos desafios diários.

É sempre importante lembrar que comprar um ou mais carros não é um investimento. Pelo contrário. Os veículos já saem das lojas com menor valor e com eles vêm outros custos embutidos, como seguro, taxas tributárias, conservação e tantos outros que podem ter redução de 20% a 30% se a escolha for a locação. O segmento empresarial brasileiro deve aproveitar esse momento de recessão para repensar conceitos, hábitos e opiniões.

Tatiana Borenstein é diretora-administrativa do Grupo Marbor

grupomarbor.com.br