

Cursos grátis de idioma e gestão ajudam empreendedores taxistas na Copa

Ailton Gonçalves, 60, é taxista há cinco anos, desde que se aposentou. Ao longo de sua vida profissional, ele trabalhou no departamento de propaganda e marketing de multinacionais e sabe a importância da capacitação e do relacionamento para o sucesso de um negócio.

Por isso, ao começar a rodar com seu táxi, ele buscou informações e cursos em entidades como São Paulo Turismo, para conhecer os pontos turísticos da cidade, e no Sebrae (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).

Atualmente, ele participa do projeto Taxista Nota 10, iniciativa do Sebrae que ensina inglês ou espanhol para os profissionais, com vocabulário e situações adequadas ao dia a dia do táxi. Ele diz que procurou o curso pensando na quantidade de estrangeiros que virão ao país para a Copa do Mundo, mas que já atendeu a clientes espanhóis, peruanos, chilenos e argentinos.

“Apesar de estarem em outro país, eles se sentem valorizados quando conseguem se comunicar em sua língua. Assim, por indicações, eu vou formando minha carteira de clientes. Alguns colegas taxistas dizem que passageiro, como o próprio nome diz, entra no carro e vai embora, mas eu prefiro encarar de outra forma”, declara. Ele também anota a quilometragem percorrida e os valores recebidos por cada corrida.

Táxi é uma microempresa como outra qualquer

Para Maisa Blumenfeld, consultora do Sebrae-SP, é necessário fazer com que os taxistas encarem o táxi como um empreendimento. “Muitos taxistas têm a ideia de que táxi não dá dinheiro, mas, conversando com eles, vemos que compraram casa, pagaram a faculdade dos filhos, enfim, formaram um patrimônio e não conseguem perceber isso por falta de visão empresarial”, declara.

Assim como empresários de qualquer setor, o taxista precisa buscar informações de fornecedores, como as montadoras de veículos, autopeças, mecânicos e órgãos que regulam a atividade, e informações sobre seus clientes.

“Os motoristas de táxi têm que deixar de se verem como chofer e se verem como prestadores de serviço. E para prestar um bom serviço, ele precisa conhecer a cidade onde atua para oferecer conforto e rapidez aos passageiros, ter visão de marketing pessoal, cuidar da própria apresentação e da do carro, ter ética, enfim, passar confiabilidade para o cliente e gerar relacionamento e fidelização”, diz Blumenfeld.

Gestão dos recursos e atrativos para clientes ajudam a ter sucesso

Uma das principais dificuldades, segundo a consultora, é a falta de controle financeiro. Ela diz que é importante anotar as corridas, a quilometragem percorrida, o dinheiro recebido e o valor necessário para manutenção do veículo, para, então, calcular o lucro.

Para ajudar na capacitação dos taxistas, o Sebrae possui dois projetos grátis para os profissionais: o Taxista Nota 10, que oferece curso de inglês e espanhol adequado à rotina do táxi, e o Taxista Empreendedor, que dá noções básicas de planejamento, organização, gestão, controle financeiro e atendimento.

Blumenfeld diz que ter um diferencial pode fazer com que o taxista possa escolher os melhores itinerários para ele trabalhar e até selecionar clientes. “Existem táxis que oferecem internet e videogame para os passageiros. A tecnologia pode ser um diferencial, assim como o visual e o atendimento. Com isso, ele consegue montar uma agenda de clientes e trabalhar como preferir”, afirma.

Tecnologia e associações de taxistas ajudam a diminuir ociosidade

Além de oferecer internet no carro, o taxista pode marcar presença em aplicativos de celular que ajudam os passageiros a encontrar o veículo mais próximo. É o caso do Easy Taxi, disponível no Rio de Janeiro e em São Paulo. Ele possui uma base de taxistas profissionais cadastrados, que são indicados de acordo com a proximidade aos clientes que procuraram um veículo pelo aplicativo.

O taxista não paga mensalidade nem adesão, é cobrada apenas uma taxa de R\$ 2 por corrida indicada pelo aplicativo. “É uma facilidade para passageiros e taxistas. Nossa meta é estar presente em todas as cidades-sede da Copa do Mundo até 2013”, diz o criador Tallis Gomes.

As cooperativas e associações de taxistas também ajudam a reduzir a ociosidade dos profissionais. Elas possuem empresas e pessoas físicas cadastradas como clientes e a indicação do veículo também é feita por proximidade. No entanto, o taxista tem que pagar uma mensalidade, que fica em torno de R\$ 500, dependendo da região.

“O motorista tem liberdade total para escolher seu horário de trabalho e as corridas que quer fazer, mas o principal benefício é que ele não roda vazio e não perde tempo parado no ponto esperando passageiro, pois associações e cooperativas têm um volume de clientes cadastrados grande”, declara Paulo de Oliveira, diretor-presidente da Chame Táxi.

Fonte: Larissa Coldibeli – Uol (8/11/2012)