

INSTITUTO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA ISAE/FGV
MBA GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

BARBARA GOTARDO

**PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLANTAÇÃO DE EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇO DE
MANUTENÇÃO EM EQUIPAMENTOS DE CONSTRUÇÃO CIVIL DE GRANDE PORTE.**

CURITIBA, PR

2014

BARBARA GOTARDO

**PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLANTAÇÃO DE EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇO DE
MANUTENÇÃO EM EQUIPAMENTOS DE CONSTRUÇÃO CIVIL DE GRANDE PORTE.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Especialista em Gestão Estratégica de Empresas, MBA em Gestão Estratégica de Empresas, FGV/ISAE.

Orientador: Professor Augusto Carlos Dalla Vechia

CURITIBA, PR

2014

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS
PROGRAMA FGV MANAGEMENT
MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

**PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLANTAÇÃO DE EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇO DE
MANUTENÇÃO EM EQUIPAMENTOS DE CONSTRUÇÃO CIVIL DE GRANDE PORTE.**

Elaborado por
Barbara Gotardo

e aprovado pela Coordenação Acadêmica do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, foi aceito como requisito parcial para a obtenção do certificado do curso de pós graduação, nível especialização do Programa FGV Management.

Curitiba, 29 de setembro de 2014.

Prof.(a).

Coordenador Acadêmico Executivo

Prof. Augusto Carlos Dalla Vechia
Professor Orientador

TERMO DE COMPROMISSO

A aluna Barbara Gotardo do curso MBA em Gestão Estratégica de Empresas, do Programa FGV Management, realizado nas dependências do Instituto Superior de Administração e Economia, ISAE/FGV, no período de 11/03/2013 a 29/09/2014, declara que o conteúdo do trabalho de conclusão de curso intitulado “Plano de Negócio para Implantação de Empresa Prestadora de Serviço de Manutenção em Equipamentos de Construção Civil de Grande Porte” é autêntico, original e de sua autoria.

Curitiba, 29 de setembro de 2014.

Barbara Gotardo

Dedico este trabalho ao meu marido Inácio e ao meu pai Altair, por estarem ao meu lado todos os dias, me incentivando nas horas difíceis e ao meu lado nas conquistas que também as considero deles.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pela dádiva da vida e pela oportunidade de ganhar mais uma chance de vida neste ano, que pretendo usar com sabedoria.

Aos Professores e aos meus colegas deste MBA, em especial àqueles que juntos realizamos diversos trabalhos no decorrer do curso e em cada novo desafio um novo aprendizado, obrigada Isabelle Campestrini, Marina Adami e Thiago Sautchuk.

E por fim, agradeço aos meus pais, Maria das Graças Gotardo, *in memoriam* e Altair José Gotardo, por me trazerem ao mundo e me ensinarem a ser o que sou, ao meu irmão, Gustavo Altair Gotardo e ao meu marido, Inácio Oliveira dos Santos, pelo apoio e compreensão nos momentos em que eu estive ausente das programações familiares para me dedicar às aulas, trabalhos e estudos que demandaram a realização deste curso.

Barbara Gotardo

"O investimento em conhecimento é
aquele que traz maiores retornos."

Benjamin Franklin

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	08
2 A EMPRESA - DESCRIÇÃO GERAL	09
3 MERCADO E COMPETIDORES	10
3.1 ANALISE SETORIAL	11
4 ESTRUTURA E OPERAÇÃO	12
4.1 FORNECEDORES	12
4.2 INFRAESTRUTURA	13
5 ANÁLISE ESTRATÉGICA	14
6 CONCLUSÃO	16
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	17
ANEXO I - LEI TRIBUTÁRIA DO MUNICÍPIO DE COLOMBO	18
ANEXO II - LEI TRIBUTÁRIA DO MUNICÍPIO DE CUITIBA	19
ANEXO III - LEI TRIBUTÁRIA DO MUNICÍPIO DE PINHAIS	20
ANEXO III - LEI TRIBUTÁRIA DO MUNICÍPIO DE SÃO JOSÉ DOS PINHAIS	21

1 INTRODUÇÃO

A sugestão para desenvolver o Plano de Negócio surgiu de uma necessidade de implantação de uma grupo de amigos que pensão em abrir uma empresa a algum tempo e estão iniciando agora o processo de análise para efetivação desta vontade.

Os interessados atuam no mercado que pretendem atuar e conhecem as deficiências no dia a dia e as necessidades dos clientes, apesar de todos terem muitos anos de mercado e trabalhando em grandes empresas do segmento, só neste momento sentem-se seguros para colocar este projeto em andamento.

Este estudo tem a proposta de organizar as informações que cada um dos interessados tem para o negócio e sobre o mercado, fazer as análises técnicas e o levantamento de investimento para avaliar a viabilidade da implantação do negócio.

Pretende-se avaliar custos de aluguel e tributação para avaliar qual a melhor cidade da região metropolitana de Curitiba para efetivar a implantação. Organizar e estruturar investimentos em equipamentos, local e equipe que serão necessárias nos período de 5 anos visualizando a expansão do negócio.

Será explanado dados do mercado, estrutura prevista inicial e os caminhos que os sócios já deslumbram com o negócio. Um dos cuidados a ser tomado é atentar para a visão dos sócios e as adequações para atender as necessidades e demandas dos mesmos, no entanto sem perder o foco na análise da viabilidade real do negócio.

2 A EMPRESA - DESCRIÇÃO GERAL

Este estudo irá avaliar a implantação de uma empresa que será formada por 4 sócios cada um deles com conhecimento técnico ou relacionamento com o mercado compra/venda e serviços de equipamentos de grande porte para construção civil, na Região Metropolitana de Curitiba. Atualmente os interessados são ou foram funcionário de Dealers das principais marcas atuantes no mercado. Dealers são os concessionários das Fabricantes dos equipamentos.

No Brasil atuam mais de 20 Fabricantes de equipamentos, porém são apenas 6 as marcas com representatividade no mercado da Região Metropolitana de Curitiba e a atuação do negócio em avaliação são as 3 marcas principais, respectivamente, Volvo, Caterpillar e Komatsu.

A necessidade de criar uma nova empresa no segmento de prestação de serviço de manutenção de equipamentos de grande porte para construção foi identificada pela falta de um serviço diferenciado que atualmente não é oferecido por nenhuma empresa atuante no mercado, nem mesmo pelos Dealers das Fabricantes, que a princípio acredita-se que deveria ser referencia de qualidade no mercado, mas não são.

Um dos fatores dificultadores para a qualidade do serviço é a mão de obras especializada que neste ramo é escassa. Como 3 dos sócios são técnicos especializados este será um dos diferenciais da empresa que contará com 1 especialista em equipamentos Volvo, 1 especialista em equipamentos Caterpillar e 1 em Komatsu, sendo que cada um tem pelo menos 15 anos no segmento sendo que atuaram em mais de 1 Dealer, desta forma tendo conhecimento em outras marcas. O quarto sócio trabalhou na área de vendas em mais de uma das marcas e hoje tem seu próprio negócio na venda e locação de máquinas, o papel deste sócio seria a rede de relacionamento que o mesmo tem no mercado, desta forma captando clientes para atuação da equipe técnica.

Como a suposta empresa tem foco em prestação de serviço e não será distribuidora de nenhuma marca os fornecedores de peças vendem para qualquer que seja o interessado, por isso uma das estratégias da empresa é que o potencial cliente compre as peças nos fornecedores deixando-as disponível para a prestação do serviço. Desta forma os fornecedores da empresa alvo do estudo serão os fornecedores padrão não tendo nenhum ligado diretamente a prestação do serviço e ao negócio principal da empresa.

3 MERCADO E COMPETIDORES

Os equipamentos de grande porte para construção são utilizados em diversos ramos de atividade, não sendo de exclusividade das empresas de construção. Podendo ser encontradas em pedreiras, salinas, porto de carga e descarga, desassoreamento de rios, lagos, Fabricantes de Cimento, industria moveleira, industrial florestal, extração de areia, empresas de material de construção, empresa de exportação de fertilizantes e adubos, industria de cal entre outras.

Desta forma estão presentes nas mais diferentes áreas de atuação, sendo equipamentos extremamente flexíveis tornando-os ferramentas de trabalho em diversos segmentos, conseqüentemente muitas máquinas estão atuando e automaticamente necessitando dos serviços de manutenção preventiva e corretiva, todas as empresas atuantes neste segmento passam a ser clientes potenciais da empresa em estudo.

Além de empresas que possuem suas próprias máquinas para executar os serviços existem as locadoras dos equipamentos para empresas que não tem equipamento próprio e estas também são clientes potenciais, já que para locar os equipamentos os mesmo necessitam estar em condição de uso.

Mesmo com os Dealers e diversas empresas atuando neste segmento, grande é o espaço neste mercado que esta carente de um atendimento profissionalizado e de qualidade, devido a falta de mão de obra especializada no mercado, já que os equipamentos atualmente são eletrônicos e alta tecnologia exigindo do profissional um alto conhecimento para identificação do defeito e reparo com qualidade e agilidade.

O funcionamento dos equipamentos são fundamentais para os clientes potenciais, pois são deles que a produção e ganhos de suas empresas são gerados. Por isso a agilidade no atendimento e o serviço de qualidade são essenciais para os clientes potenciais, pois eles necessitam que os equipamentos não fiquem muito tempo parado ou que não parem por motivo de manutenção corretiva, já que equipamento parado aliado a manutenção corretiva significa perda de produção e alto custo na reparação. Atualmente não é exceção os clientes potenciais terem seus equipamentos parados por pelo menos 15 dias, quando não por tempo indeterminado já que não tem pessoal suficiente para atender a demanda.

3.1 ANÁLISE SETORIAL

Mundialmente existem inúmeras Marcas e Fabricantes atuantes no segmento de fabricação e montagem de equipamentos de grande porte, no Brasil atuam mais de 20 marcas neste segmento de mercado, no entanto são 6 as marcas que se destacam no mercado brasileiro sendo elas (em ordem alfabética): Case com fábrica em Sorocaba/SP, Caterpillar sediada em Piracicaba/SP, JCB em Sorocaba/SP, John Deere em Montenegro/RS, Komatsu em Suzano/SP, New Holland em Curitiba/PR e Volvo em Curitiba/PR e Pederneiras/SP.

A empresa proposta pelo estudo irá atender 3 das 6 marcas listadas sendo elas Caterpillar, Komatsu e Volvo, pois são nestas marcas que concentram o maior volume de equipamentos na região e onde os sócios detêm maior conhecimento técnico, assim facilitando a entrada no mercado.

O setor foco da empresa é a prestação de serviços em manutenção de equipamentos de grande porte da área de construção civil. Os equipamentos se dividem nas categorias de retroescavadeira, escavadeira, carregadeiras, motoniveladora, rolos compactadores (asfalto e solo), mini carregadeiras, tratores de esteira, caminhões articulados, e seus diversos modelos.

O mercado alvo são Pessoas Física ou Jurídica que sejam proprietários deste tipo de equipamentos que necessite realizar manutenção preventiva e ou corretiva.

O cliente potencial necessita de um atendimento rápido e de qualidade o que hoje apesar de ter empresas e pessoas atendendo ainda há espaço no mercado para novos entrantes. Como os sócios tem conhecimentos de mais de 15 anos de mercado esta é a grande vantagem competitiva e proposta da nova empresa, pois o grande déficit no mercado é de mão de obra qualificada, que gere a solução desejada pelo cliente. Atualmente eles evitam solicitar serviços para os Dealers por que estes têm uma política de preço pouco flexível e de valores elevados, além de demorarem para agendar a visita do técnico para identificar o problema, dando prioridade para clientes de Grande Porte, ou seja, clientes de pequeno porte demora ainda mais tempo para serem atendidos.

Os clientes são subdivididos em três tipos de acordo com a quantidade de equipamentos que são proprietários, sendo divididos da seguinte forma: Pequeno Porte, até 02, Médio Porte, entre 03 e 05 e Grande Porte com 06 ou mais equipamentos.

Alguns dos serviços a serem prestados são: reparo de motores, reparo de transmissões, reparo de trem de força, reparo do sistema elétrico, reparo de sistema hidráulico, pintura e funilaria, troca de óleo e filtros, contrato de manutenção dos serviços e serviço de avaliação de equipamentos para venda.

A empresa proposta por este estudo será instalada na Região Metropolitana de Curitiba e atenderá as cidades de Paranaguá, Curitiba, São José dos Pinhais, Pinhais, Araucária, Colombo, Almirante Tamandaré, Rio Branco, Itaperusú, Quatro Barras, Piraquara, Fazenda Rio Grande, Campo do Tenente, Campo Largo, Balsa Nova, Contenda, Lapa, Morretes, Antonina, Caiobá, Guaratuba, Pontal do Paraná, Matinhos, Campina Grande do Sul, Agudos do Sul, Quitandinha, Piên, Mandirituba e Tijucas do Sul.

4 ESTRUTURA E OPERAÇÃO

Como a empresa alvo do estudo refere-se a prestação de serviço de equipamentos de grande porte ela necessita de espaço para prestar o serviço internamente nas suas dependências, bem como mobilidade para ir até o cliente para efetuar o primeiro atendimento de diagnóstico e se possível realizar o reparo de imediato no local, ou seja, também tem a necessidade de mobilidade para levar ferramentas e equipamentos se sejam necessários para a prestação do serviço. Além de contar com os fornecedores para disponibilizar as peças que tornem-se imprescindíveis para o reparo.

4.1 FORNECEDORES

Em manutenções preventivas e corretivas podem ser utilizadas peças ou apenas as ferramentas para execução do serviço. Considerando as variáveis de risco e o cenário dos clientes potenciais já efetuarem compra de peças no mercado independente se for peças originais ou do mercado paralelo, os sócios avaliaram que como a empresa não pretende ser representante e ou distribuidor de nenhuma marca os fornecedores de peças são os mesmo que os clientes potenciais compram as peças, por isso uma das estratégias em relação aos fornecedores é que o cliente potencial irá comprar as peças nos fornecedores e encaminhará para a empresa prestar o serviço, assim a empresa foco do estudo não assumirá o risco do custo das peças assumindo um passivo e ou tendo que ter capital de giro para comprar as peças e depois receber do cliente.

O benefício para o cliente é que atualmente eles já compram nos estabelecimentos e muitos já tem um política de compra com limite de crédito e parcelamento que não seria possível ser utilizado pela empresa foco do estudo.

Vale salientar que este segmento tem desde de peças de baixo valor até peças com valores substanciais o que impactaria no caixa da empresa caso a mesma fosse vitima de um mal pagador. Sendo assim a empresa teria apenas os fornecedores de ferramentas já que os clientes potenciais teriam a liberdade de escolha para comprar onde lhe fosse mais viável.

4.2 INFRA-ESTRUTURA

Considerando o segmento de atividade da empresa alvo do estudo e as limitações de mão de obra a estrutura física para trabalho seria de um galpão de 400 m² não sendo necessário muito além deste tamanho, já que os equipamentos serão mexidos um de cada vez no máximo 2 simultaneamente. No entanto, seria interessante que o terreno fosse maior para que fosse possível a entrada de caminhões para carga e descarga dos equipamentos e para o estacionamento dos carros da empresa e dos sócios.

Nesta área será necessário um escrito para área administrativa contendo uma mesa para reuniões dos sócios e uma mesa para realização da atividade de agendamento a ser realizado por uma pessoa com o cargo de auxiliar administrativo. Também será necessário neste galpão espaço de vestiário e ducha para equipe de trabalho poder se recompor após o horário de expediente.

No *star up* da empresa serão apenas os 4 sócios sendo que 3 atuarão no atendimento aos clientes, 1 fará a parte comercial fazendo uso de sua rede de relacionamentos para captação de serviços para a empresa e 1 auxiliar administrativo para agendamento e suporte para equipe de campo. Neste primeiro momento não será considerado necessário a contratação de auxiliar de oficina que será avaliado após o início das atividades para quando o volume de serviço justificar a presença deste profissional.

Para garantir a mobilidade de atendimento aos clientes será necessário a compra de 2 carros, sendo duas camionetes tipo Saveiro para transporte do kit de ferramentas que cada carro terá para que seja possível realizar o maior número de atendimentos no ato da visita, assim garantindo o serviço e atendendo os clientes com agilidade que é necessária evitando o retorno e a perda em deslocamento, já que os clientes normalmente não são em lugares de fácil acesso.

A infra estrutura ainda contempla a compra das ferramentas tanto as que ficarão nos carros como as que ficarão no galpão, considerando que o kit ferramentas do galpão será mais completa e com ferramentas de grande porte importantes, mas que não tem uso frequente, por isso não justificando a presença no kit ferramenta dos carros.

5 ANÁLISE ESTRATÉGICA

Ao iniciar a busca por um espaço físico que comporte as instalações da empresa para avaliar localização e valores foram pesquisadas opções disponíveis em sites especializados em locação de galpões comerciais nas cidades de Curitiba, São José dos Pinhais, Colombo e Pinhais. Cidades escolhidas pois estão no centro do eixo da região foco.

A faixa dos valores ficou conforme tabela abaixo:

Cidade	Valor inicial	Valor final
Colombo	R\$ 1.500,00	R\$ 4.200,00
Pinhais	R\$ 2.000,00	R\$ 5.000,00
São José dos Pinhais	R\$ 2.000,00	R\$ 6.000,00
Curitiba	R\$ 2.500,00	R\$ 8.000,00

Tabela I: Cidades X Preços de Alugueis.

Fonte: sites de oferta de locação de Galpões Comerciais.

Avaliando a relação de valor X localização apesar de Colombo ser mais barato, a distância do eixo principal sendo que a diferença não justifica a distância a ser percorrida.

O segundo menor aluguel é em Pinhais cidade que tem crescido muito e se desenvolvido captando diversas empresas.

No entanto, apesar de haver as opções de São José dos Pinhais e Curitiba as definições ainda não foram realizada pelos sócios que estão avaliando as possibilidades.

Pois outro viés de análise foi a taxa de cobrança do imposto sobre a prestação de serviço o ISS que de modo geral resumisse conforme Tabela II que segue abaixo:

Cidade	ISS %
Pinhais	2
Colombo	3
São José dos Pinhais	5
Curitiba	5

Tabela II: Cidades X Taxa do ISS.

Fonte: Lei Municipais de cada Município.

Os índices foram coletados das Lei Municipais que seguem em anexo a este estudo e demonstram uma diferença razoável nos valores, considerando um valor de R\$ 100.000 em faturamento de acordo com a escolha a perda de até R\$ 3.000,00 sendo pagos a mais de Impostos ao Governo, um custo que deve ser avaliado pelos sócios já que irá impactar no resultado da empresa.

Considerando a análise dos dois itens a melhor cidade para Instalação da Empresa seria Pinhais considerando que tem o segundo menor valor médio de aluguel e a menor taxa de ISS das cidades analisadas.

Na análise financeira além dos dois itens analisados anteriormente é necessário considerar os custos para aquisição dos materiais como a compra de 2 carros modelo pick-up para atender as necessidades de locomoção das ferramentas e utensílios até a base do cliente. Cada carro terá um kit ferramenta no valor de R\$8.000 e o kit ferramenta do Galpão que será mais completo tendo um custo de R\$ 15.000,00. Porém todos estes valores estarão descritos nas planilhas de Viabilidade Econômica em Excel que compõem este estudo.

6 CONCLUSÃO

Após realizar a avaliação de todos os pontos abordados nesta análise, considerando a cidade de Pinhais de grande potencial para implantação da empresa, com os diferenciais apresentados pelos integrantes do negócio, o baixo investimento inicial, já que neste caso a prestação de serviço exige um pequeno investimento em materiais, ferramentas, máquinas e equipamentos o negócio se mostrou bastante viável.

A análise financeira demonstra o retorno do investimento em 12 meses de operação, este é um bom tempo de retorno considerando outros tipos de investimentos, isso considerando uma modesta receita baseada na condição realista para que a análise seja consistente para a tomada de decisão dos interessados. Ou seja, desconsiderando negociações diferenciadas em grandes projetos de reforma.

No papel de consultora dos interessados ao negócio visualizo que o ponto mais frágil da relação é o fato de serem 4 sócios, sendo que isso gera 4 visões diferentes para serem contornadas e alinhadas para que as situações tal situação será necessário manter o diálogo aberto e franco para que as situações sejam tratadas com respeito e verdade.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CECCONELLO, Antonio Renato. A Construção do plano de negócio: percurso metodológico para: caracterização da oportunidade, estruturação do projeto conceptual, compreensão do contexto, definição do negócio, desenvolvimento da estratégia, dimensionamento das operações projeções de resultados, análise de viabilidade. São Paulo: Saraiva, 2008.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de serviços. São Paulo: Atlas, 1991.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração para Empreendedores: fundamentos da criação de novos negócios. 2 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

SALIM, Cesar Simões. Construindo planos de empreendimentos: negócios lucrativos, ações sociais e desenvolvimento. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

WILLE, Silvio Aurélio de Castro. Transformando seus sonhos em realidade: um guia para a realização de seus projetos pessoais. Curitiba: Mundo Material, 2013.

ANEXO I - LEI TRIBUTÁRIA DO MUNICÍPIO DE COLOMBO

LEI MUNICIPAL Nº 016, DE 12/07/1978 - Pub. Folha Agrícola nº 95, de 12/07/1978 e suas alterações

Dados coletados no site da Prefeitura www.colombo.pr.gov.br

68. Lubrificação, limpeza e revisão de máquinas, veículos e aparelhos e equipamentos (exceto o fornecimento de peças ou partes, que fica sujeito ao ICM)	3%
69. Conserto, restauração, manutenção ou conservação de máquinas, veículos, motores, elevadores ou qualquer objeto (exceto o fornecimento de peças e partes, que fica sujeito ao ICM)	3%
70. Recondicionamento de motores (o valor das peças fornecidas pelo prestador de serviços fica sujeito ao ICM)	3%
71. Recauchutagem ou regeneração de pneus para o usuário final	3%
72. Recondicionamento, acondicionamento, pintura, beneficiamento, lavagem, secagem, tingimento, galvanoplastia, anodização, corte, recorte, polimento, plastificação, e congêneres, de objetos não destinados à industrialização ou comercialização	3%
73. Lustração de bens móveis quando o serviço for prestado para usuário final do objeto lustrado	3%
74. Instalação, montagem de aparelhos, máquinas e equipamentos, prestados ao usuário final do serviço, exclusivamente com material por ele fornecido	3%

ANEXO II - LEI TRIBUTÁRIA DO MUNICÍPIO DE CURITIBA

Lei Municipal de Curitiba e Alterações na Lei Complementar nº 48 de 09 de dezembro de 2003 e Lei Complementar nº 52 de 10 de novembro de 2004, do Município de Curitiba.

Dados coletados no site da Prefeitura www.curitiba.pr.gov.br

Art. 4º. As alíquotas do imposto são:

I – transporte coletivo, arrendamento mercantil (“leasing”), serviços para destinatários no exterior, operadoras de plano de plano de assistência à saúde e cooperativas de serviços, escolas do ensino fundamental, educação pré-escolar, educação média de formação geral e ensino, e atividades de Unidade de Central de Atendimento (Call Centers) e de assistência técnica remota: 2% (dois por cento);”(NR)

II - limpeza, conservação, vigilância; agenciamento, corretagem e intermediação de seguros; representação comercial; composição gráfica e recauchutagem de pneus: 2,5% (dois e meio por cento);” (NR)

III - hospitais, sanatórios, manicômios, casas de saúde, pronto-socorros e serviços de registros públicos, cartórios e notariais: 4,0 % (quatro por cento);

IV - demais atividades: 5,0% (cinco por cento)”. (NR)

Lista de Itens que se enquadram com a empresa proposta no estudo.

14 - Serviços relativos a bens de terceiros.

14.01 - Lubrificação, limpeza, lustração, revisão, carga e recarga, conserto, restauração, blindagem, manutenção e conservação de máquinas, veículos, aparelhos, equipamentos, motores, elevadores ou de qualquer objeto (exceto peças e partes empregadas, que ficam sujeitas ao ICMS).

14.02 - Assistência técnica.

14.03 - Recondicionamento de motores (exceto peças e partes empregadas, que ficam sujeitas ao ICMS).

14.04 - Recauchutagem ou regeneração de pneus.

14.05 - Restauração, recondicionamento, acondicionamento, pintura, beneficiamento, lavagem, secagem, tingimento, galvanoplastia, anodização, corte, recorte, polimento, plastificação e congêneres, de objetos quaisquer.

14.06 - Instalação e montagem de aparelhos, máquinas e equipamentos, inclusive montagem industrial, prestados ao usuário final, exclusivamente com material por ele fornecido.

14.07 - Colocação de molduras e congêneres.

14.08 - Encadernação, gravação e douração de livros, revistas e congêneres.

14.09 - Alfaiataria e costura, quando o material for fornecido pelo usuário final, exceto aviamento.

14.10 - Tinturaria e lavanderia.

14.11 - Tapeçaria e reforma de estofamentos em geral.

14.12 - Funilaria e lanternagem.

14.13 - Carpintaria e serralheria.

ANEXO III - LEI TRIBUTÁRIA DO MUNICÍPIO DE PINHAIS

LEI Nº 501 de 21 de dezembro de 2001 e Alteração a Lei nº 659/04.

Dados coletados no site da Prefeitura www.pinhais.pr.gov.br

14 - Serviços relativos a bens de terceiros.		
14.01	Lubrificação, limpeza, lustração, revisão, carga e recarga, conserto, restauração, blindagem, manutenção e conservação de máquinas, veículos, aparelhos, equipamentos, motores, elevadores ou de qualquer objeto (exceto peças e partes empregadas, que ficam sujeitas ao ICMS).	2%
14.02	Assistência técnica.	2%
14.03	Recondicionamento de motores (exceto peças e partes empregadas, que ficam sujeitas ao ICMS).	2%
14.04	Recauchutagem ou regeneração de pneus.	2%
14.05	Restauração, recondicionamento, acondicionamento, pintura, beneficiamento, lavagem, secagem, tingimento, galvanoplastia, anodização, corte, recorte, polimento, plastificação e congêneres, de objetos quaisquer.	2%
14.06	Instalação e montagem de aparelhos, máquinas e equipamentos, inclusive montagem industrial, prestados ao usuário final, exclusivamente com material por ele fornecido.	2%
14.07	Colocação de molduras e congêneres.	2%
14.08	Encadernação, gravação e douração de livros, revistas e congêneres.	2%
14.09	Alfaiataria e costura, quando o material for fornecido pelo usuário final, exceto aviamento.	2%
14.10	Tinturaria e lavanderia.	2%
14.11	Tapeçaria e reforma de estofamentos em geral.	2%
14.12	Funilaria e lanternagem.	2%
14.13	Carpintaria e serralheria.	2%

ANEXO IV - LEI TRIBUTÁRIA DO MUNICÍPIO DE SÃO JOSÉ DOS PINHAIS

LEI COMPLEMENTAR Nº 01, DE 19 DE DEZEMBRO DE 2003

Institui o novo Código Tributário do Município de São José dos Pinhais.

CAPÍTULO III - Do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza

Dados coletados no site da Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais/PR
(www.sjp.pr.gov.br)

14	Serviços relativos a bens de terceiros.	
14.01	Lubrificação, limpeza, lustração, revisão, carga e recarga, conserto, restauração, blindagem, manutenção e conservação de máquinas, veículos, aparelhos, equipamentos, motores, elevadores ou de qualquer objeto (exceto peças e partes empregadas, que ficam sujeitas ao ICMS).	5%
14.02	Assistência técnica.	5%
14.03	Recondicionamento de motores (exceto peças e partes empregadas, que ficam sujeitas ao ICMS).	5%
14.04	Recauchutagem ou regeneração de pneus.	3%
14.05	Restauração, recondicionamento, acondicionamento, pintura, beneficiamento, lavagem, secagem, tingimento, galvanoplastia, anodização, corte, recorte, polimento, plastificação e congêneres, de objetos quaisquer.	5%
14.06	Instalação e montagem de aparelhos, máquinas e equipamentos, inclusive montagem industrial, prestados ao usuário final, exclusivamente com material por ele fornecido.	5%
14.07	Colocação de molduras e congêneres.	5%
14.08	Encadernação, gravação e douração de livros, revistas e congêneres.	5%
14.09	Alfaiataria e costura, quando o material for fornecido pelo usuário final, exceto aviamento.	5%
14.10	Tinturaria e lavanderia.	5%
14.11	Tapeçaria e reforma de estofamentos em geral.	5%
14.12	Funilaria e lanternagem.	5%
14.13	Carpintaria e serralheria	5%