

2.4- ANÁLISE DOS CLIENTE

2.4- Análise dos clientes

A MotoExpress terá dois tipos de clientes para a realização de entregas rápidas: pessoa física (PF) e pessoa jurídica (PJ). Além disso, como clientes do negócio, terá que atender os motoboys, que irão realizar as entregas em si.

2.4.1- Cliente Pessoa Física

O cliente pessoa física será dos segmentos mostrados na tabela 1, segundo o Mosaic Brasil¹:

Tabela 1 - Segmentação do cliente Pessoa Física, segundo o Mosaic Brasil

Grupo	Cod. Segmento	Segmento	% população
A – Elites Brasileiras	A01	Ricos e Influentes	1,34
	A02	Elite urbana qualificada	2,45
B – Experientes urbanos de vida confortável	B03	Idosos tradicionais de alto padrão	1,37
	B04	A caminho da aposentadoria nas melhores cidades	2,29
	B05	Assalariados de meia-idade das grandes cidades	2,58

¹ SERASA EXPERIAN. **Mosaic Brasil**. 2017. Disponível em: <<https://www.serasaexperian.com.br/p/aquisicao-marketing/encontrar-novos-clientes/mosaic>>. Acesso em: 11 fev. 2019.

C – Juventude trabalhadora urbana	C06	Construindo uma carreira promissora	2,01
	C08	Jovens protagonistas da classe média	2,06
F – Envelhecendo no século XXI	F19	Idosos independentes da classe média	3,09
	F20	“Jovens” idosos urbanos e dinâmicos	2,92
G – Donos de negócio	G22	Empresários estabilizados	2,14
	G23	Jovens empreendedores e ousados	1,57
TOTAL			24,63

Considerando a segmentação geográfica, nossos clientes serão pertencentes à população da cidade de São José dos Campos e suas redondezas. A seguir, analisamos, na tabela 2, a população estimada pelo IBGE2 para esta região no ano de 2018.

Tabela 2 - População das cidades onde a MotoExpress prestará serviços de entregas rápidas

Cidade	População
São José dos Campos	713.943
Jacareí	231.863
Caçapava	93.488
Tremembé	46.642
Taubaté	311.854
TOTAL	1.397.790

² IBGE. **Conheça cidades e estados do Brasil**. 2018. Disponível em: <www.cidades.ibge.gov.br>. Acesso em: 17 jan. 2019.

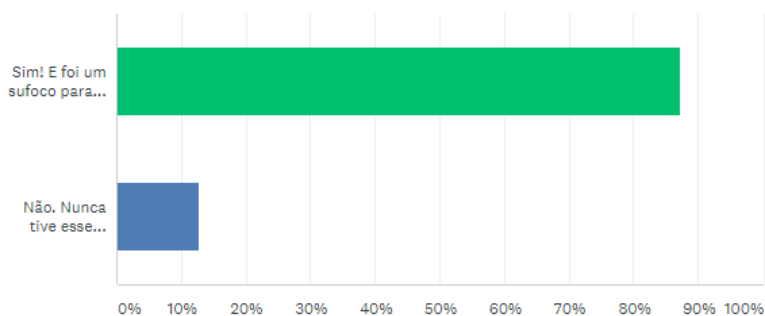
Considerando que 24,64% da população destas cidades seriam potenciais clientes para a MotoExpress, o tamanho do nosso mercado seria de cerca de 340.000 pessoas.

Considerando ainda a segmentação VALS2³, nossos clientes seriam das categorias: modernizadores, realizadores, satisfeitos, experimentadores, batalhadores e criadores.

Para conhecer um pouco mais o cliente PF, foi feita uma pesquisa de opinião entre os meses de novembro e dezembro de 2018 com moradores da cidade de São José dos Campos e região do Vale do Paraíba. Foi utilizada a ferramenta Monkey Survey e foram obtidas 47 respostas. Embora esta pesquisa não tenha representatividade quantitativa da população do Vale do Paraíba, é útil para se obter algumas informações qualitativas sobre as preferências das pessoas quanto aos serviços de entregas rápidas via aplicativo. As figuras 19 a 25 a seguir mostram os resultados desta pesquisa.

Você alguma vez já precisou entregar ou buscar algum objeto na sua cidade de forma emergencial (ex: esqueceu as chaves do escritório em casa, precisou entregar o caderno do seu filho da escola ou precisou ir buscar um pendrive em algum lugar)?

Answered: 47 Skipped: 0



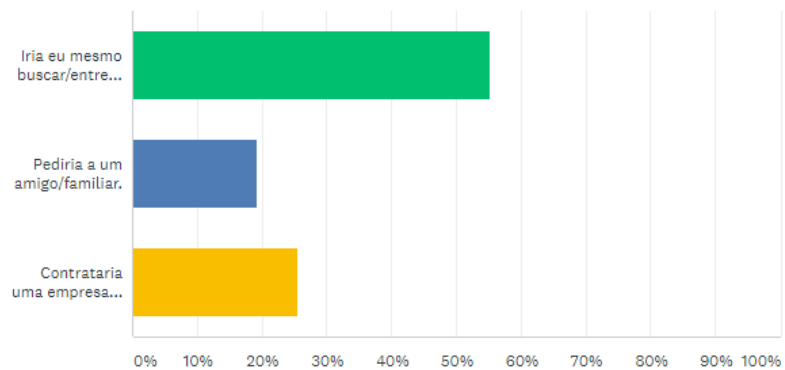
OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS	
Sim! E foi um sufoco para resolver!	87,23%	41
Não. Nunca tive esse problema.	12,77%	6
TOTAL		47

Figura 19 - Resultado da pergunta 1 do questionário para PF

³ WINTERS, L. SRI announces VALS 2: Marketing research. 1st ed. Menlo Park, 1989, p. 67

Se você precisasse entregar ou buscar um objeto de forma emergencial (como os exemplos citados acima) como resolveria a situação?

Answered: 47 Skipped: 0

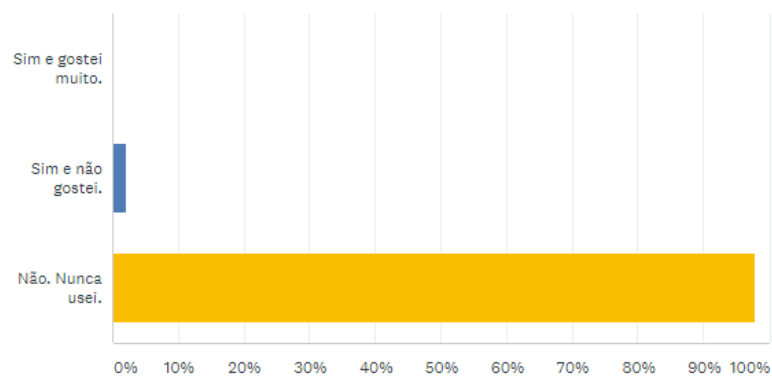


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Iria eu mesmo buscar/entregar.	55,32% 26
▼ Pediria a um amigo/familiar.	19,15% 9
▼ Contrataria uma empresa especializada em entregas rápidas.	25,53% 12
TOTAL	47

Figura 20 - Resultado da pergunta 2 do questionário para PF

Você alguma vez já utilizou empresas de entregas rápidas como Loggi, Mandae, Rappi ou Glovo?

Answered: 47 Skipped: 0

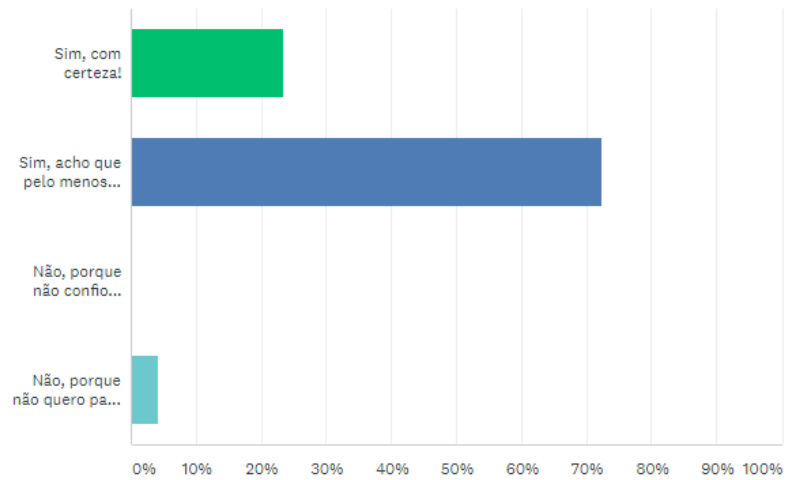


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Sim e gostei muito.	0,00% 0
▼ Sim e não gostei.	2,13% 1
▼ Não. Nunca usei.	97,87% 46
TOTAL	47

Figura 21 - Resultado da pergunta 3 do questionário para PF

Você usaria uma empresa de entregas rápidas via aplicativo se precisasse deste serviço de forma emergencial no Vale do Paraíba?

Answered: 47 Skipped: 0

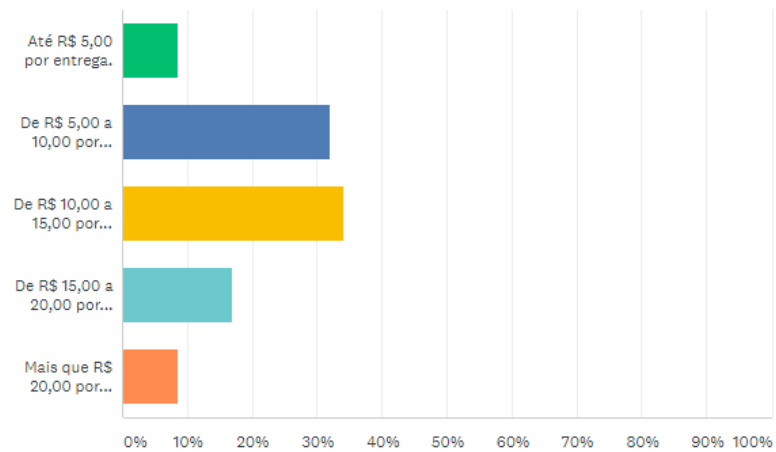


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Sim, com certeza!	23,40% 11
▼ Sim, acho que pelo menos testaria o serviço.	72,34% 34
▼ Não, porque não confio neste tipo de serviço.	0,00% 0
▼ Não, porque não quero pagar por esse serviço.	4,26% 2
TOTAL	47

Figura 22 - Resultado da pergunta 4 do questionário para PF

Quanto você estaria disposto a pagar pelo serviço de entregas rápidas?

Answered: 47 Skipped: 0

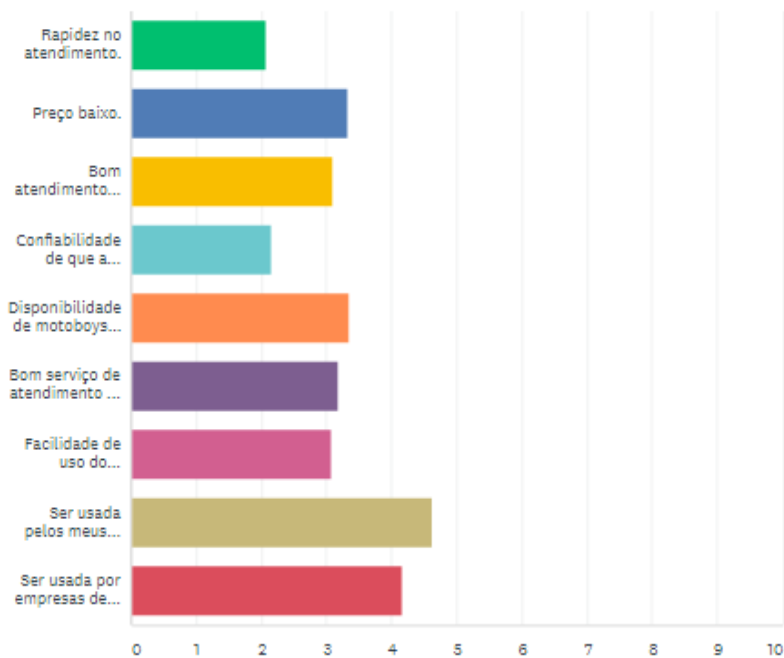


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Até R\$ 5,00 por entrega.	8,51% 4
▼ De R\$ 5,00 a 10,00 por entrega.	31,91% 15
▼ De R\$ 10,00 a 15,00 por entrega.	34,04% 16
▼ De R\$ 15,00 a 20,00 por entrega.	17,02% 8
▼ Mais que R\$ 20,00 por entrega.	8,51% 4
TOTAL	47

Figura 23 - Resultado da pergunta 5 do questionário para PF

Quais as qualidades que você acha mais importante em uma empresa de entregas rápidas? (Coloque em ordem de importância: 1 é a mais importante, 5 é a menos importante)

Answered: 47 Skipped: 0

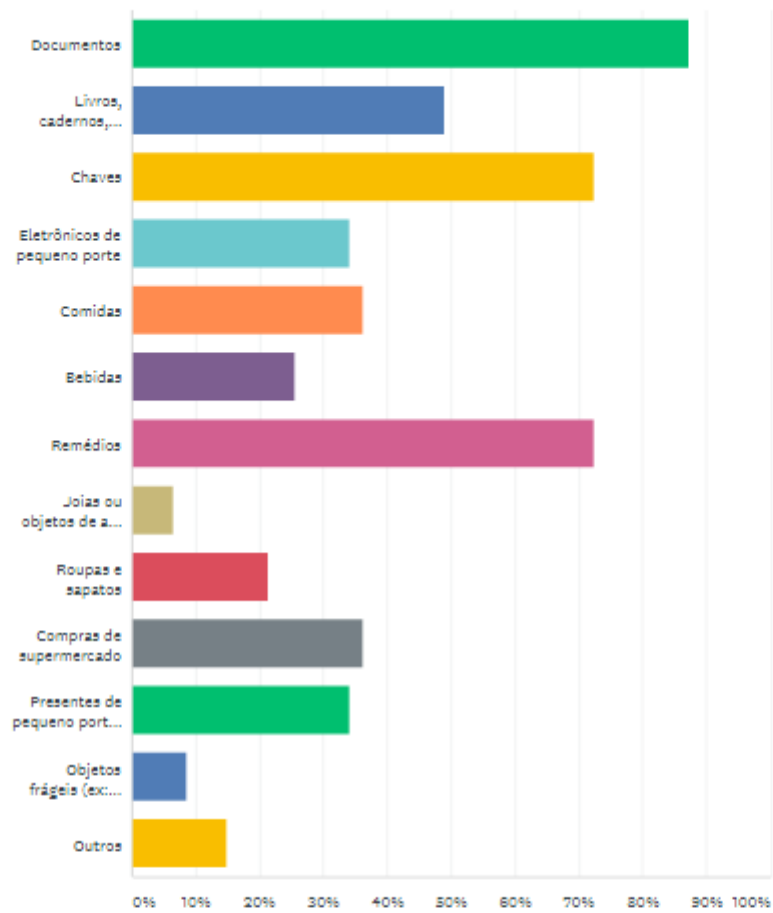


OPÇÕES DE RESPOSTA	NÚMERO MÉDIO	NÚMERO TOTAL	RESPOSTAS
Rapidez no atendimento.	2	97	47
Preço baixo.	3	166	47
Bom atendimento pelo motoboy (tratar com educação, ser atencioso)	3	146	47
Confiabilidade de que a entrega será feita.	2	101	47
Disponibilidade de motoboys perto de mim.	3	167	47
Bom serviço de atendimento ao cliente/fale conosco.	3	149	47
Facilidade de uso do aplicativo.	3	145	47
Ser usada pelos meus amigos.	5	217	47
Ser usada por empresas de renome.	4	196	47
Total de respondentes: 47			

Figura 24 - Resultado da pergunta 6 do questionário para PF

Quais os objetos você consideraria transportar de forma emergencial através de uma empresa de entregas rápidas? (Marque todos que se aplicam)

Answered: 47 Skipped: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Documentos	87,23% 41
▼ Livros, cadernos, material escolar	48,94% 23
▼ Chaves	72,34% 34
▼ Eletrônicos de pequeno porte	34,04% 16
▼ Comidas	36,17% 17
▼ Bebidas	25,53% 12
▼ Remédios	72,34% 34
▼ Jóias ou objetos de alto valor	6,38% 3
▼ Roupas e sapatos	21,28% 10
▼ Compras de supermercado	36,17% 17
▼ Presentes de pequeno porte (ex: perfumes, CDs, porta-jóias, etc.)	34,04% 16
▼ Objetos frágeis (ex: copos, pratos, cristais, vidros)	8,51% 4
▼ Outros	14,89% 7
Total de respondentes: 47	

Figura 25 - Resultado da pergunta 7 do questionário para PF

A pesquisa feita nos mostrou que:

- A grande maioria das pessoas já passou por uma situação em que os serviços da MotoExpress seriam úteis (pergunta 1), porém nunca utilizou esse tipo de serviço (pergunta 3) e não pensa em contratar uma empresa para fazer tal (pergunta 2). Uma das possíveis causas para este comportamento poderia ser a falta de conhecimento, por parte dos clientes, de que existe este tipo de serviço, que é relativamente novo no Vale do Paraíba.
- No entanto, a pergunta 4 deixa claro que existe a oportunidade de conquistar novos clientes, pois a maioria aceitaria ao menos experimentar este tipo de serviço.
- A maioria das pessoas, se fosse utilizar os serviços de entregas rápidas por aplicativo, aceitaria pagar de R\$ 5,00 a R\$ 15,00.
- A maioria das pessoas considera que ter rapidez no atendimento e ser uma empresa confiável são as duas características mais importantes para o serviço de entregas rápidas por aplicativo.
- A maioria das pessoas, se fosse utilizar os serviços de entregas rápidas por aplicativo, seria para transportar documentos, remédios, chaves, livros, cadernos e material escolar. Poucas pessoas considerariam transportar joias, objetos de valor ou frágeis. Isto indica que a MotoExpress possivelmente não terá muitos problemas no transporte deste tipo de bens, o que facilita a operação e gera menos risco de ressarcimento ao cliente.

Uma típica persona para uma cliente PF da MotoExpress seria a Carolina, com o seguinte perfil:

- Mulher
- 35 anos
- Divorciada, dois filhos
- Mora em São José dos Campos
- Trabalha em uma agência de publicidade
- Trabalha o dia todo dentro do escritório
- Viaja a trabalho com frequência

- Gosta de navegar na internet por longos períodos
- Busca sempre novidades no mercado tecnológico

Uma situação típica em que a persona usaria os serviços da MotoExpress seria o caso de ela ter acabado de chegar ao trabalho e lembrar que esqueceu a chave da gaveta em casa. Ela não pode voltar em casa para buscar porque quem uma reunião importante em alguns minutos, então aciona a MotoExpress para pegar a chave com sua empregada doméstica em casa e entregar em seu trabalho. Outra situação seria que a persona está no trabalho ou em viagem a trabalho e seu filho liga para avisar que esqueceu o caderno da escola em casa e que precisa dele urgente para não perder nota na sua avaliação. A persona então aciona a MotoExpress para ir buscar o caderno na sua casa e entregar para o filho na escola.

Desta forma, pode-se dizer que o público alvo se utiliza dos serviços da MotoExpress em situações emergenciais, na qual há necessidade de envio de documentos ou pequenos volumes de forma urgente.

2.4.2- Cliente Pessoa Jurídica

Os clientes pessoa jurídica da MotoExpress serão empresas que precisam de usar serviços de motoboys para transporte de documentos ou empresas que precisam entregar seus produtos, de pequeno volume, a clientes finais na cidade de São José dos Campos e região. Alguns exemplos de potenciais clientes pessoas jurídicas são:

- Escritórios de contabilidade (transporte de documentos para clientes e cartórios via malotes)

- Escritórios de arquitetura (transporte de plantas e documentos para clientes)

- Escritórios de advocacia (transporte de documentos diversos, de e para clientes e fórum via malote)

- Médios e pequenos comércios e microempresários com serviços de delivery (lojas, farmácias, fabricação de produtos artesanais, etc.)

A MotoExpress, teoricamente, pode atender a todos os perfis de empresas segundo o Mosaic Business, da Serasa⁴, abrangendo os grupos A (Poder de fogo), B (Maduras), C (Bom caminho), D (No começo) e F (Pequenas Especializadas).

No entanto, a estratégia da MotoExpress será focar inicialmente nas micro, pequenas e médias empresas, que ainda não dispõem de serviço de motoboy contratado ou para as quais este serviço hoje representa um custo muito alto.

Para micro, pequenas e médias empresas, o serviço de entregas oferecido pela MotoExpress representa a solução mais econômica e adequada para suas operações, devido à facilidade, simplicidade e possibilidade de uso somente conforme demanda.

Uma típica microempresa cliente da MotoExpress seria a lojinha de bolos da D. Lurdes:

- Dona Lurdes faz deliciosos bolos caseiros e todos gostam de passar em sua lojinha para comprá-los.
- Quem come um bolo da D. Lurdes uma vez, sempre volta, porque é gostoso, barato e de qualidade.
- No entanto, alguns clientes reclamam que é necessário passar na loja para pegar os bolos, mesmo que seja possível fazer pedidos pelo telefone.
- D. Lurdes sente que poderia ampliar muito mais suas vendas se tivesse um serviço de entrega de bolos a domicílio.
- D. Lurdes então baixa o aplicativo da MotoExpress e, quando um cliente seu solicita entrega a domicílio, ela aciona os motoboys cadastrados, que atendem rapidamente e podem inclusive fazer mais de uma entrega por corrida.
- D. Lurdes não precisou contratar entregadores nem empresa de transporte.
- Além disso, só paga os serviços da MotoExpress quando precisa, ou seja, quando não há bolos a entregar.

⁴ SERASA EXPERIAN. **Mosaic Business**. 2018. Disponível em:<www.serasaexperian.com.br/marketing>. Acesso em: 06 fev. 2019.

- O custo da entrega pode ser cobrado do cliente final: D. Lurdes só tem a ganhar!

Consideramos que mesmo os setores A e B, composto de empresas grandes e sólidas, com mais de 20 anos de existência, podem desejar mudar a forma como fazem suas entregas e transporte de documentos, utilizando os serviços da MotoExpress com o objetivo de reduzir folha de pagamento (não precisam contratar motoboys como funcionários), reduzir a burocracia e as restrições de um contrato formal com uma empresa de transportes e ainda pode se beneficiar de toda a agilidade e simplicidade de um aplicativo. No entanto, essas empresas não seriam o foco da MotoExpress em seu primeiro ano de operação.

Segundo o IBGE⁵, existem 21.757 empresas atuando na cidade de São José dos Campos. Segundo o SEBRAE⁶, em maio/2018, 58,5% das empresas no Brasil são pequenas ou médias (ME e EPP), o que no caso de São José dos Campos representaria 12.722 empresas. Esse número representaria, grosso modo, o universo de clientes pessoa física para a MotoExpress no seu primeiro ano de operação.

2.4.3- Cliente Motoboy

Uma peça fundamental para o funcionamento da empresa será o relacionamento com os motoboys, que serão parceiros na prestação de serviço (como autônomos) e também clientes.

De acordo com o Mosaic Brasil, estes motoboys são provenientes das classes D (jovens da periferia – todos os subsegmentos) e H (massa trabalhadora humana, segmentos H27 e H28), conforme mostrado na tabela 3.

⁵ IBGE. **Conheça cidades e estados do Brasil**. 2018. Disponível em: <www.cidades.ibge.gov.br>. Acesso em: 17 jan. 2019.

⁶ SEBRAE. **Panorama SEBRAE**. 2018. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/06/Panorama-Sebrae_052018.pdf>. Acesso em 08 fev. 2019.

Tabela 3 - Segmentação de cliente motoboy, segundo Mosaic Brasil

Grupo	Cod. Segmento	Segmento	% população
D – Jovens da periferia	D09	Seguindo a vida na periferia	3,18
	D10	No coração da periferia	2,49
	D11	Novos moradores da comunidade	2,73
	D12	Trabalhadores vizinhos da grande cidade	2,69
	D13	Independência na casa dos pais	3,37
	D14	Juventude de baixa renda no interior urbano	2,30
H - Massa Trabalhadora Urbana	H27	Prestadores de serviços nas regiões metropolitanas	2,92
	H28	Jovens da informalidade	3,20
TOTAL			22,88

Considerando que 22,88% da população das cidades de São José dos Campos, Jacareí, Caçapava, Tremembé e Taubaté (segmentação geográfica) seriam potenciais clientes para a MotoExpress, e que a população desta região é de 1.397.790 (ver item 2.4.1), o tamanho do nosso mercado de motoboys seria de cerca de 320.000 pessoas.

Para melhor estimar o tamanho do mercado de motoboys, fez também consulta a dois sítios eletrônicos. O jornal Estadão⁷, em matéria de 22/08/2016 cita que existam cerca de 150.000 motoboys na cidade de São Paulo, capital. O sítio Transporta Brasil, em matéria de 28/10/2013⁸ cita levantamento feito pela empresa Loggi, que afirma existirem cerca de 200.000 motoboys na cidade de São Paulo e 500.000 no estado de SP. Este estudo também diz que 98% destes motoboys são do sexo masculino, 75% são pais de família, 85% tem entre 24 e 45 anos e apenas 9,7% são registrados no DETRAN. O estudo mostra ainda que, em 2013, 59% das entregas feitas pelos motoboys eram de documentos, 23% de alimentos/comidas e 18% compras. Cita ainda que o motoboy em São Paulo demora cerca de 27 minutos em cada entrega e ganha com a mesma cerca de R\$ 12,00, tendo um ganho mensal médio de R\$ 1.950,00. O SEBRAE informa, ainda, que a cidade de São Paulo tem hoje 300 mil motoboys⁹.

Considerando então que a cidade de São Paulo tem de 150 a 300 mil motoboys e uma população de 12.176.866 pessoas, segundo o IBGE¹⁰, e considerando a proporcionalidade em relação à população de São José dos Campos e arredores (1.397.790), podemos que estimar que existam entre 17.000 e 34.000 motoboys nesta região. Também segundo o IBGE⁷, existem cerca de 54 mil motocicletas na cidade de São José dos Campos, o que indica que o número de motoboys estimado estaria razoável.

Considerando ainda a segmentação VALS2¹¹, nossos clientes motoboy seriam da categoria lutadores: base da pirâmide social, com poucos recursos financeiros.

Para entender um pouco mais como funciona e o que pensam os motoboys, foi feita uma pesquisa com as seguintes perguntas:

1. Para qual empresa você trabalha?

⁷ VEIGA, E.. Jornal Estadão. **Quantos motoboys existem em SP?**. 2016. Disponível em: <<https://sao-paulo.estadao.com.br/blogs/edison-veiga/quantos-motoboys-existem-em-sp/>>. Acesso em: 31 jan. 2019.

⁸ AGÊNCIA TRANSPORTA BRASIL. **Apenas 9,7% dos 200 mil motoboys da cidade de São Paulo são registrados**. 2013. Disponível em: <www.transportabrasil.com.br/2013/10/apenas-97-dos-200-mil-motoboys-da-cidade-de-sao-paulo-sao-registrados/>. Acesso em: 31 jan. 2019.

⁹ SEBRAE. **Ideias de Negócio: Empresa de Telentrega**. 2018. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-empresa-de-telentrega,41387a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 18 fev. 2019

¹⁰ IBGE. **Conheça cidades e estados do Brasil**. 2018. Disponível em: <www.cidades.ibge.gov.br>. Acesso em: 17 jan. 2019.

¹¹ WINTERS, L. **SRI announces VALS 2: Marketing research**. 1st ed. Menlo Park, 1989, p. 67

2. Quantos anos você tem?
3. A moto é sua ou alugada?
4. Quanto tempo de uso tem a moto?
5. Quantas entregas você faz por dia, em média?
6. Como é o sistema de remuneração: % do valor da entrega ou valor fixo?
7. Quanto você ganha por entrega, em média?
8. O que mais te atrai neste serviço?
9. O que menos gosta neste serviço?
10. O que te faria trocar a atual empresa para trabalhar para outra empresa no ramo de entregas?
11. Que características teria uma empresa de entregas ideal para você trabalhar?

Ao total foram entrevistados 15 motoboys. As tabelas 4 a 7 a seguir mostram os resultados da pesquisa:

Tabela 4 - Pesquisa de opinião dos motoboys: perguntas 1 a 3

Entrevistado	Resposta 1	Resposta 2	Resposta 3
A	iFood	34	minha
B	iFood	38	minha
C	Loggi	30	minha
D	iFood	33	minha
E	Loggi	38	minha
F	Rappi	23	minha
G	Glovo e Loggi	20	minha
H	iFood	20	minha
I	iFood	40	minha
J	Glovo	26	minha
K	iFood	25	minha
L	iFood	18	minha
M	iFood	30	minha
N	iFood	33	minha
O	iFood	29	minha

Tabela 5 - Pesquisa de opinião dos motoboys: perguntas 4 a 6

Entrevistado	Resposta 4	Resposta 5	Resposta 6
A	1 ano	10 (trabalha de 11 às 15hs)	fixo por corrida, mas varia com a distância
B	3 anos	7 a 8 (trabalha de 11 às 15hs)	fixo por corrida, mas varia com a distância
C	4 anos	7 a 8 (trabalha só de dia)	%, também por km (R\$ 1,50/km)
D	3 anos	15 (trabalha o dia todo)	fixo por corrida, mas varia com a distância
E	6 anos	10 (meio expediente)	%
F	8 anos	10 a 15	%
G	8 anos	10 ou mais	fixo por corrida, mas varia com a distância
H	5 anos	30 (trabalha de 11 às 23hs)	fixo por corrida, mas varia com a distância
I	3 anos	7 a 6 (dias de semana) e 10 a	fixo por corrida, mas varia com a distância

		12 no fim de semana	
J	5 anos	9 a 10	%, também por hora
K	4 anos	8 a 10	fixo + % por km
L	< 1 ano	10 a 15	fixo + % por km
M	9 anos	5 a 10	fixo + % por km
N	8 anos	5 a 10	fixo + % por km
O	7 anos	5 a 10	fixo + % por km

Tabela 6 - Pesquisa de opinião dos motoboys: perguntas 7 a 9

Entrevistado	Resposta 7	Resposta 8	Resposta 9
A	R\$ 10	flexibilidade de horário, não ter patrão	quando chove
B	R\$ 10 a 15	flexibilidade de horário	quando atrasam o pagamento
C	R\$ 10 a 15	flexibilidade de horário	não ter CLT
D	R\$ 12 a 13	trabalhar na rua	não sei
E	70% da corrida	liberdade, estar em movimento	quando a moto quebra
F	55% da corrida, R\$ 10/corrída	trabalhar com moto	perigo de acidentes ou assaltos
G	R\$ 10 a 12	andar de moto	clientes chatos que demoram
H	R\$ 10 a 13	trabalhar com moto	demora dos restaurantes
I	R\$ 10 a 12	lidar com o público	o trânsito
J	R\$ 7 a 9 (faz R\$ 2000 a 3000/mês)	não ter patrão, flexibilidade de horário, liberdade	perigo, risco no trânsito, risco de

			assalto, desaforo de cliente
K	R\$ 8 a 9	ser meu próprio patrão	quando não tem entrega
L	R\$ 6,80 fixo + x/km	remuneração boa, flexibilidade de horário	não ter almoço, não ter CLT
M	R\$ 5 a 12	ganho extra	chuva, sol demais
N	R\$ 5 a 12	remuneração boa, flexibilidade de horário	não ser CLT
O	R\$ 5 a 12	remuneração boa, flexibilidade de horário, não ter chefe	ficar parado, não ter corrida

Tabela 7 - Pesquisa de opinião dos motoboys: perguntas 10 e 11

Entrevistado	Resposta 10	Resposta 11
A	não sei	motoboys com CLT
B	corridas maiores, pagamento melhor	Não bloquear toda hora (quando demora mais que o tempo previsto para a entrega o motoboy fica bloqueado por 30 min., mas às vezes é porque ficou esperando o restaurante)
C	ganhar mais dinheiro	não sei
D	ganhar mais dinheiro	motoboys com CLT
E	ganhar mais dinheiro	precisar trabalhar somente de 2a a 6a feira (dinheiro do fds hoje faz falta)

F	conhecer outra empresa	igual à Loggi, porque paga mais, é mais tranquilo, não tem horário fixo como iFood e Rappi
G	ganhar mais dinheiro	Glovo e Loggi são as empresas ideais
H	ganhar mais dinheiro	não sei
I	dar vantagens, benefícios, plano de saúde	igual à Loggi, por que dá incentivos por fora (ex: a cada duas corridas, ganha R\$ 30 extra). iFood também faz isso.
J	ganhar mais dinheiro	empresa que olhasse mais para os motoboys, não dar sempre razão ao cliente, ouvir mais os motoboys
K	ganhar mais dinheiro	pagar mais, pagar por hora, entregando ou não, como faz a Glovo
L	ganhar mais dinheiro	igual à Loggi, porque faz entregas de coisas mais variadas, então tem mais entregas, mas exige carteira definitiva
M	ganhar mais dinheiro	não sei
N	ganhar mais dinheiro	não sei
O	ganhar mais dinheiro	não sei

Embora o universo entrevistado seja pequeno, é possível identificar que os principais atrativos para o motoboy aceitar trabalhar com uma empresa de entregas rápidas seriam:

- Valor pago por corrida
- Pagamento em dia
- Adicional por tempo de espera
- Incentivos em dinheiro (a cada x entregas feitas, ganha R\$ y)
- Política de ouvir o motoboy em casos de desavenças
- Descontar tempo esperando o cliente do tempo estimado de entrega

- Contratar como CLT

Destes, o mais difícil de ser implementado é a contratação por CLT, tendo em vista que esta opção aumentaria excessivamente os custos da empresa com obrigações trabalhistas, além de fugir à proposta da mesma.

O segundo item que mais impactaria os resultados financeiros, ao ser atendido, seria o valor pago aos motoboys. No entanto, enquanto aumentar o percentual pago aos entregadores reduz a receita da empresa, se a MotoExpress conseguir ganhar mercado a ponto de ter muitas entregas, pode satisfazer o item “pagar mais”, não pelo valor por corrida, mas pelo volume de corrida.

O pagamento por tempo de espera e incentivos em dinheiro poderiam ser implementados, desde que em valores tais que não comprometam a viabilidade econômica da empresa. No entanto, foi decidido, que a MotoExpress não irá adotar tal prática nos primeiros anos de operação, a fim de viabilizar o negócio.

Os demais itens podem ser facilmente atendidos através de criação de normas internas.

No caso específico de concorrência com a Loggi, citada por 3 entrevistados como sendo a empresa de entregas rápidas ideal para se trabalhar, a MotoExpress poderia se diferenciar reduzindo as exigências para se cadastrar como motoboy. Isto poderia ser feito, por exemplo, retirando a obrigatoriedade de se ter uma carteira de motorista definitiva. No entanto, esta vantagem não impede que, assim que os motoboys consigam uma carteira definitiva, migrem para atender aos pedidos da Loggi, que dá incentivos financeiros. Desta forma, a melhor estratégia para atrair os motoboys seria também oferecer tais incentivos, o que poderá ser considerado no futuro.

Em resumo, o cliente motoboy é tipicamente um cidadão de baixa renda familiar que faz os serviços de entrega para sustentar a família, provavelmente por que não tem instrução suficiente para ter uma ocupação melhor, ou porque está desempregado. São pessoas que gostam de ter certa liberdade para trabalhar, flexibilidade de horário. O motoboy precisa ter uma moto, ou seja, precisa de um investimento inicial para iniciar a sua atividade e também de licença de motorista para conduzir motocicletas. Ele procura se associar a empresas de aplicativos de entregas de forma a aumentar o volume de trabalho

e, conseqüentemente de renda. São pessoas que gostam de ter certa liberdade para trabalhar, flexibilidade de horário. Um típico persona de motoboy seria:

- 30 anos de idade
- Casado há 3 anos
- Esposa trabalha como cabelereira
- Tem uma filha de 1 ano
- Mora num subúrbio de São José dos Campos, em casa alugada
- Mora perto de sua mãe e irmão
- Tem ensino médio completo
- Já trabalhou antes como auxiliar de serviços gerais, pintor e auxiliar de escritório
- Desde pequeno sempre gostou de motos e carros
- Prefere trabalhar ao ar livre, com flexibilidade de horário
- Gosta de assistir jogos de futebol e de estar com a família
- Sonha em ter um emprego com CLT para poder ter férias, 13º salário e plano de saúde

Além das perguntas acima, para alguns dos motoboys entrevistados foi perguntado qual era o faturamento médio por mês. As respostas variaram em torno de R\$ 4.500,00, trabalhando 6 dias por semana, 12 horas por dia. Um dos motoboys disse ter como meta ganhar R\$ 150,00/dia. Uma reportagem do Jornal da Gazeta¹² informa que um motoboy da cidade de São Paulo pode ganhar R\$ 5.000,00 por mês trabalhando 9 horas por dia. Essas informações foram úteis para balizar o faturamento calculado para a MotoExpress, como será exposto no item 8.1 deste estudo.

AQUI FALTOU COLOCAR AS PERSONAS (coloque-as no seu trabalho)

¹² JORNAL DA GAZETA. **Motoboys faturam mais com aplicativos de celular**. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=05fGfDEVgcY>>. Acesso em: 09 fev. 2019.

2.4- ANÁLISE DOS CLIENTE

(exemplo App)

2.4 Análise dos Usuários

A AdMyPost terá usuários pessoas físicas (PF) bem como pessoas jurídicas (PJ), como apresentado nas próximas sessões. As pessoas físicas são os influencers, e as pessoas jurídicas são os clientes em si (anunciantes).

2.4.1 Usuário Pessoa Física

O usuário pessoa física será dos segmentos mostrados na tabela 1, segundo o Mosaic Brasil (Mosaic, 2019)¹³:

Tabela 1 - Segmentação do usuário Pessoa Física, segundo o Mosaic Brasil

Grupo	Cod. Segmento	Segmento	% população
C - Juventude Trabalhadora Urbana	C08	Jovens protagonistas da classe média	2,06
D - Jovens da periferia	D09	Seguindo a vida na periferia	3,18
	D10	No coração da periferia	2,49
	D11	Novos moradores da comunidade	2,73
	D12	Trabalhadores vizinhos da grande cidade	2,69
	D13	Independência na casa dos pais	3,47
	D14	Juventude de baixa renda no interior urbano	2,33
E - Adultos Urbanos Estabelecidos	E15	Esticando a renda	2,07
F - Envelhecendo no Século XXI	F20	“Jovens” idosos urbanos e dinâmicos	2,92
H - Massa Trabalhadora Urbana	H25	Carteira assinada nas regiões metropolitanas	4,39
	H26	Trabalhadores manuais de baixa remuneração	2,48

¹³ MOSAIC. SERASA EXPERIAN, 2019. Disponível em: <<https://www.serasaexperian.com.br/p/aquisicao-marketing/encontrar-novos-clientes/mosaic>>. Acesso em: 14 Abril 2019.

	H27	Prestadores de serviços nas regiões metropolitanas	2,92
	H28	Jovens da informalidade	3,2
	H29	Comunidades do litoral	1,42
I - Moradores de Áreas Empobrecidas do Sul e do Sudeste	I31	Periferia jovem do interior	3,6

Fonte: Mosaic Brasil – Serasa Experian

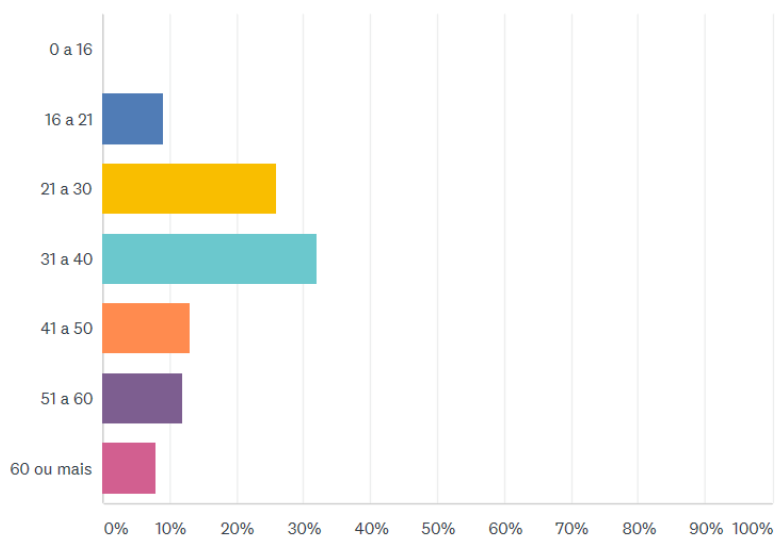
Considerando que 41,95% da população brasileira seriam potenciais usuários para a AdMyPost o tamanho do nosso mercado seria de cerca de 58 milhões de pessoas (considerando somente o público com acesso à internet). Para conhecer um pouco mais o usuário PF, foi feita uma pesquisa de opinião entre os meses de abril e maio de 2019 com moradores do estado de São Paulo através da ferramenta Monkey Survey (<https://pt.surveymonkey.com/r/369LZHC>) e foram obtidas 107 respostas. Embora esta pesquisa não tenha representatividade quantitativa da população Brasileira, é útil para se obter algumas informações qualitativas sobre as preferências das pessoas quanto ao uso das redes sociais para marketing digital.

As figuras a seguir mostram os resultados desta pesquisa:

Figura 1 - Pesquisa (Pergunta 01) – Qual a sua idade?

Qual a sua idade?

Answered: 100 Skipped: 7

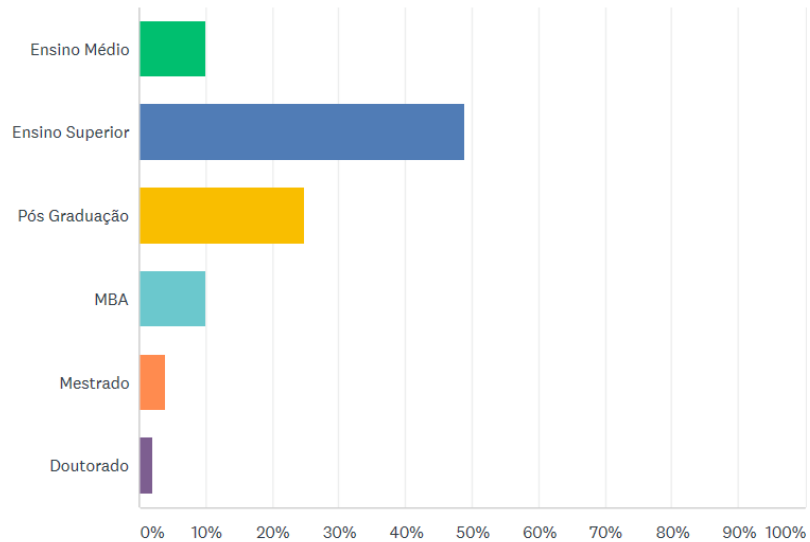


Fonte: AdMyPost

Figura 2 - Pesquisa (Pergunta 02) - Qual o seu nível de escolaridade?

Qual o seu nível de escolaridade

Answered: 100 Skipped: 7

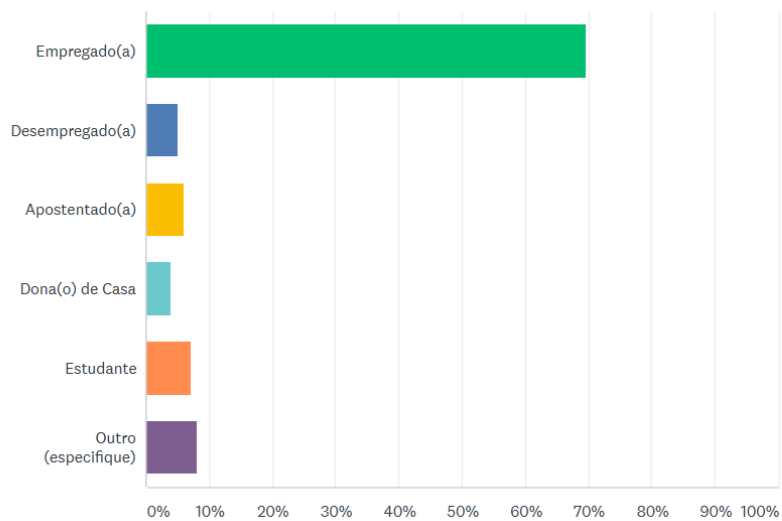


Fonte: AdMyPost

Figura 3 - Pesquisa (Pergunta 03) - Qual das opções melhor se encaixam com o seu momento profissional?

Qual das opções abaixo melhor se encaixam com o seu momento profissional atual?*

Answered: 99 Skipped: 8



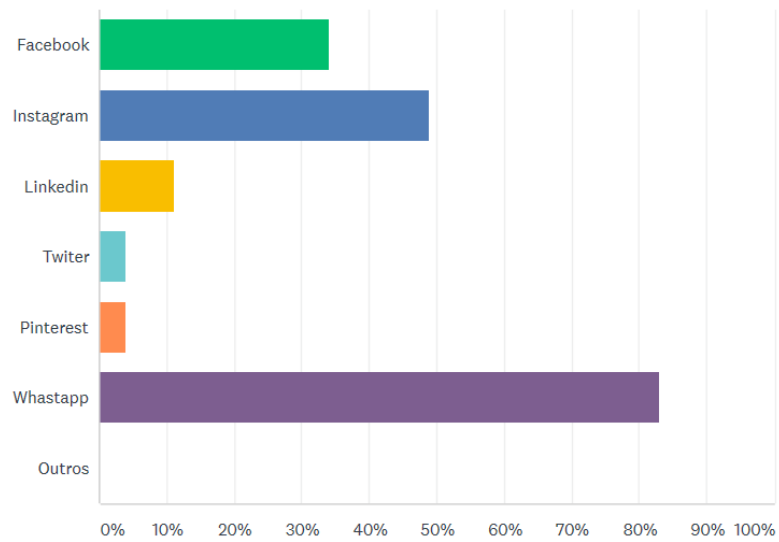
Fonte: AdMyPost

(*) Outros = Empresários

Figura 4 - Pesquisa (Pergunta 04) - Qual a frequência que acessa as redes sociais?

Das redes sociais que você possui, qual é a que você mais acessa?

Answered: 100 Skipped: 7

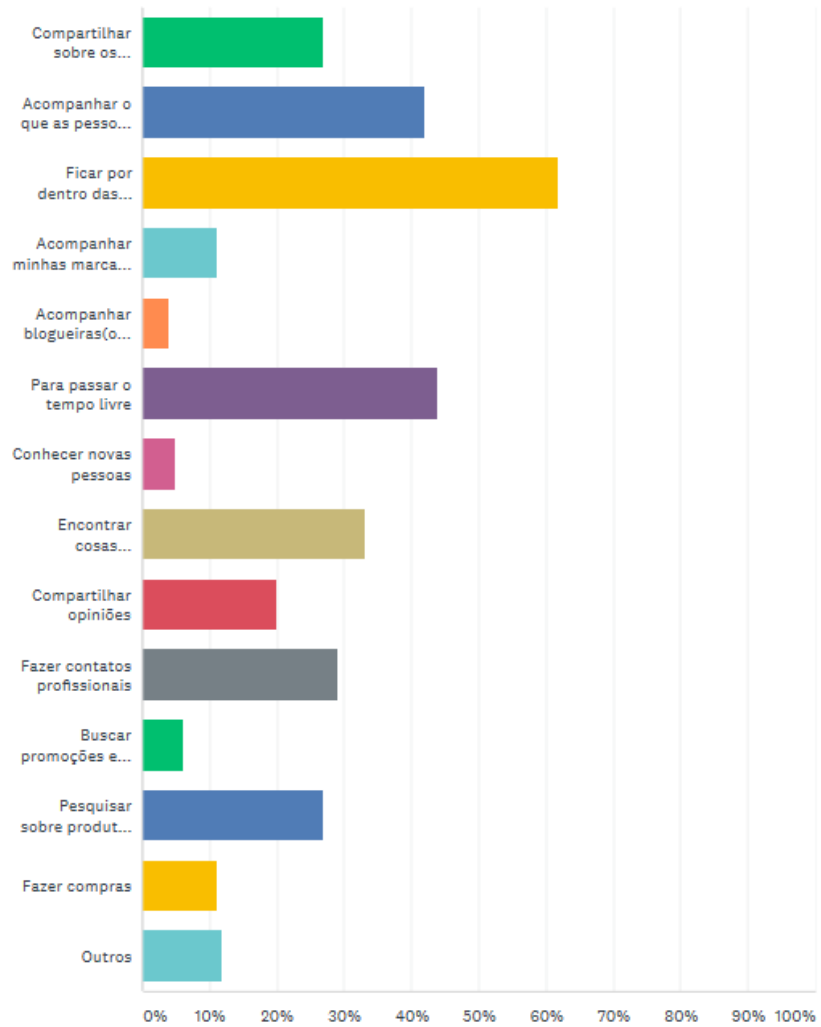


Fonte: AdMyPost

Figura 5 - Pesquisa (Pergunta 05) - Quais são os motivos para você utilizar as redes sociais?

Quais são os motivos para você utilizar as redes sociais? Pode marcar mais de uma opção.

Answered: 100 Skipped: 7

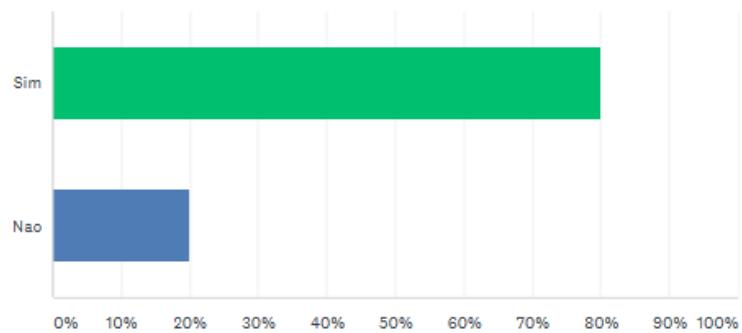


Fonte: AdMyPost

Figura 6 - Pesquisa (Pergunta 06) - Você precisa/gostaria de ter alguma fonte extra de rendimento?

Nesse momento você precisaria ou gostaria de ter alguma fonte extra de rendimento para completar suas finanças ?

Answered: 100 Skipped: 7

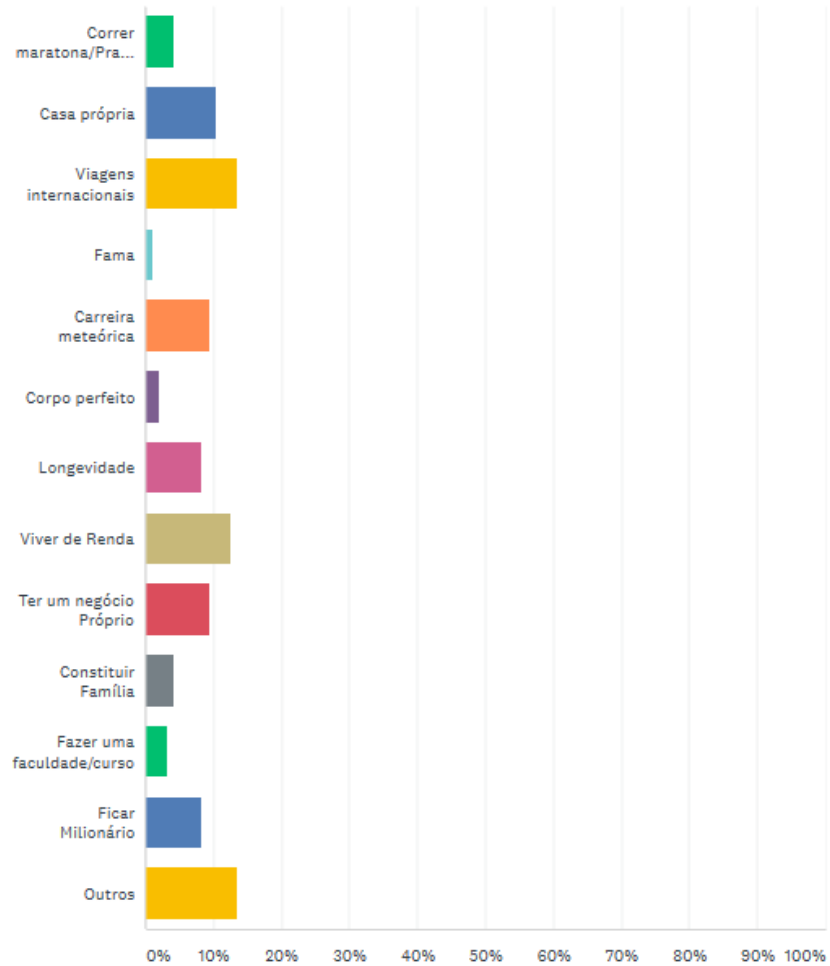


Fonte: AdMyPost

Figura 7 - Pesquisa (Pergunta 07) - Qual o seu maior sonho?

Qual o seu maior Sonho ?

Answered: 96 Skipped: 11

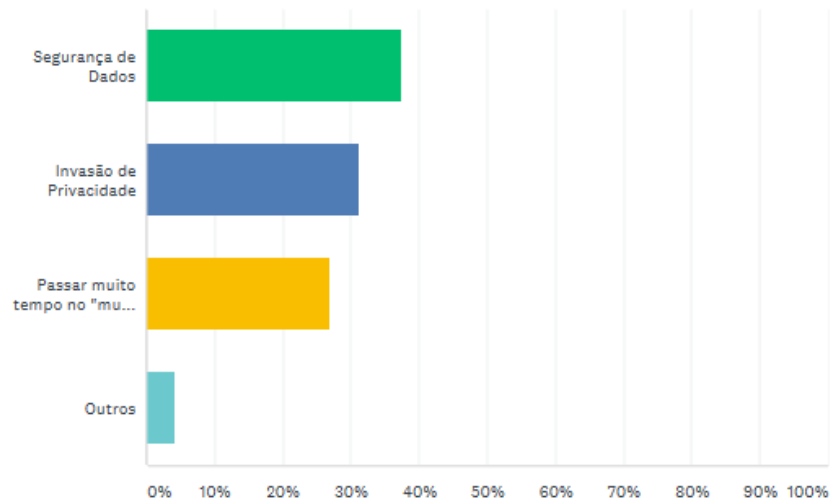


Fonte: AdMyPost

Figura 8 - Pesquisa (Pergunta 08) - Qual o seu maior receio em relação ao uso de redes sociais ?

Qual seu maior receio em relação ao uso das redes sociais ?

Answered: 96 Skipped: 11



Fonte: AdMyPost

O resultado da pesquisa nos mostra alguns insights interessantes:

- O público analisado que utiliza as redes sociais tem alto grau de instrução, mais de 60% dos entrevistados possuem nível superior completo ou pós-graduação (dado retirado da pesquisa devido ao provável viés decorrente da população vivendo/trabalhando na região de distribuição eletrônica da pesquisa – região comercial de São Paulo capital)
- As redes sociais são para a maioria das pessoas uma forma de passa tempo – Tendo o AdMyPost uma proposta de marketing digital para influenciadores digitais, existe um potencial inexplorado quando observamos que a maioria das pessoas ainda não utilizam as redes sociais para acompanhar marcas ou buscar promoções.
- As redes sociais já fazem parte do dia a dia das pessoas – o uso diário engloba 100% dos entrevistados – ainda assim, existe uma oportunidade de explorar aplicativos como o Twiter, pouco utilizados.

- 80% dos entrevistados teriam interesse em uma fonte extra de renda, o que torna o AdMyPost uma oportunidade interessante de negócio, ajudando as pessoas a concretizarem seus sonhos.
- O que torna o AdMyPost interessante é que como não há venda pela plataforma, a exposição de dados e receio em relação com segurança de dados mostrada na pesquisa não é um problema a ser considerado no momento.

Uma típica persona para o AdMyPost seria João ou Maria, com o seguinte perfil:

- 20 - 35 anos;
- Está trabalhando atualmente e faz uso diário das redes sociais, principalmente o Whatsapp e o Instagram;
- Na maioria do tempo quer preencher o tempo livre através do acompanhamento da rotina da vida de outras pessoas, divertimento, compartilhamento de sua vida e para pesquisa sobre produtos e serviços
- Se houvesse oportunidade precisaria ou gostaria de ter alguma fonte extra de rendimento para completar suas finanças
- Seus maiores sonhos são Viver de Renda, Viajar para fora do Brasil e ter a casa própria e seu maior receio quanto ao uso da Internet está relacionado à Segurança dos Dados.

Uma situação típica em que a persona usaria os serviços da AdMyPost seria no caso de estar seguindo seus amigos/conhecidos na rede social em seu tempo livre e ter interesse em algum produto ou serviço que seu amigo/conhecido indique e, através do Link de Divulgação (e posteriormente clicando no Link de Compra), realizar a compra. Ou ainda vendo a necessidade ou a oportunidade de aumentar sua renda através da influência de sua rede social indicar produtos e serviços a seus seguidores e monetizar essas indicações.

Em linha com o resultado da pesquisa, traçamos abaixo um paralelo com o perfil do e-consumidor e pesquisas externas relacionadas ao mesmo assunto (vide Figura 9 abaixo).

Figura 9 - Perfil dos novos e-consumidores



Fonte: Mundo do Marketing e Consumoteca

Segundo pesquisa (Comportamento dos Brasileiros nas redes sociais, 2019)¹⁴ sobre o comportamento do brasileiro nas redes sociais realizada

¹⁴ MUNDO DO MARKETING, Comportamento dos Brasileiros nas redes sociais, 2019.

Disponível em:

<<https://www.mundodomarketing.com.br/inteligencia/pesquisas/498/comportamento-do-brasileiro-nas-redes-sociais.html>>. Acesso em: 01 Maio 2019.

pela Mundo Marketing, Quase três terços dos brasileiros (73%) não seguem marcas ou empresas nas redes. Aqui notamos clara oportunidade de crescimento para a AdMyPost.

Outra oportunidade a ser explorada está diretamente ligada a dados apresentados em matéria do Valor Econômico (MURAKAWA e AGOSTINE, 2017)¹⁵, que afirma que metade da população não presta atenção em propagandas veiculadas pela internet, outros 29,2% disseram que veem as propagandas, mas não as consideram melhores do que as veiculadas na televisão, em revistas, jornais e no rádio.

2.4.2 Clientes Pessoa Jurídica

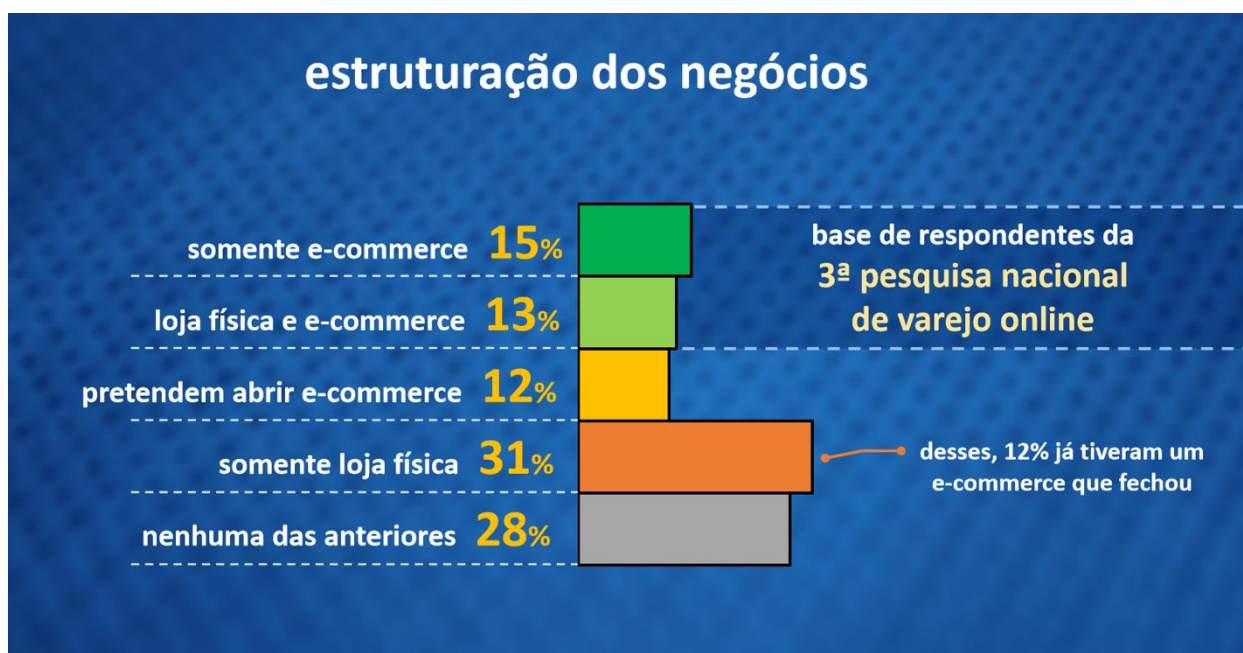
O cliente pessoa jurídica será qualquer empresa de qualquer tamanho e ramo de negócio que esteja interessado em ter seu produto divulgado de forma exponencial em uma rede social com custos de propaganda e retorno atrativos.

De acordo com pesquisa realizada pelo Sebrae (SEBRAE, 2016)¹⁶, o potencial do mercado de varejo que não possui e-commerce e que pode ser explorado no nosso modelo de negócio é superior à 50% das empresas entrevistadas (vide Figura 10) e, entre elas, 45% usam plataformas alugadas e outras 36% redes sociais (as quais seriam nossos clientes potenciais), conforme Figura 11 abaixo.

¹⁵ MURAKAWA, F.; AGOSTINE, C. No Brasil, 80% acreditam no que leem nas redes sociais, diz pesquisa. Valor Econômico, 2017. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/empresas/4870574/no-brasil-80-acreditam-no-que-leem-nas-redes-sociais-diz-pesquisa>>. Acesso em: 01 Maio 2019.

¹⁶ SEBRAE. Terceira Pesquisa Nacional de Varejo Online. SEBRAE, 2016. Disponível em: <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/3%C2%BA%20Pesquisa%20do%20Varejo%20Online%20-%20VERSA%CC%82O%20FINAL%20SEBRAE%20\(1\).pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/3%C2%BA%20Pesquisa%20do%20Varejo%20Online%20-%20VERSA%CC%82O%20FINAL%20SEBRAE%20(1).pdf)>. Acesso em: 05 Maio 2019.

Figura 10 - Estrutura dos negócios do varejo on-line nacional



Fonte: Sebrae

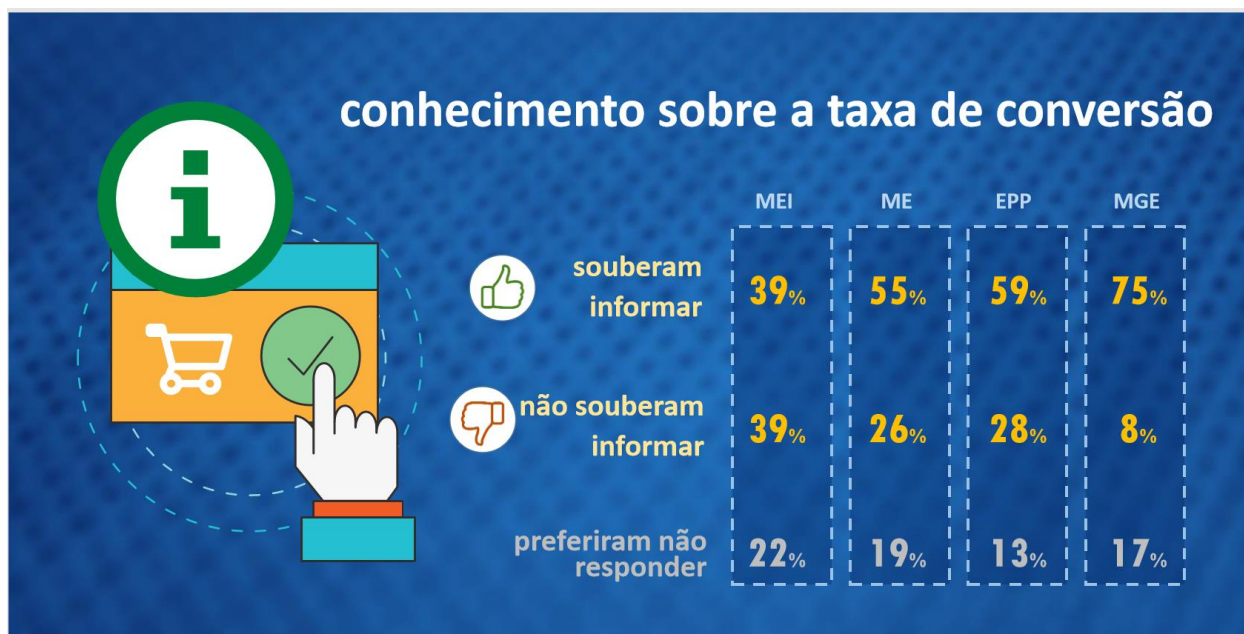
Figura 11 - % de plataformas de e-commerce utilizadas



Fonte: Sebrae

Outro fator importante a considerar é que um percentual considerável de empresas desconhece a taxa de conversão de vendas geradas pelo e-commerce (vide Figura 12), sendo esse, um potencial fator gerador de oportunidade no nosso negócio com a exploração de *Data Analytics*.

Figura 12 - Conhecimento sobre a taxa de conversão



Fonte: Sebrae

Vale Ressaltar que a pesquisa mostra que 72% das vendas on-line são concretizadas através das redes sociais (vide Figura 13) e que 43% das empresas ainda não possuíam nenhuma estratégia de fidelização (vide Figura 14).

Figura 13 - Principais canais para concretização das vendas online



Fonte: Sebrae

Figura 14 - Estratégia de fidelização das empresas



Fonte: Sebrae