

Projeto Empreendedor

Modelo do Negócio

UNibus – O novo itinerário

Marília
2022

MODELO DE NEGÓCIOS | ETIM Administração
Relatório Final

UNibus

Fellipe Augusto dos Santos Reginaldo
Felipe Freitas Sabino
Hugo Marzola Costa e Silva
Marcelo Pansieri de Paula Filho

Professor Orientador:
Prof.^a Dra. Luciana Cristina Leite

Marília
2022

MODELO DE NEGÓCIOS

APRESENTAÇÃO

Este projeto busca oferecer uma solução que otimize a experiência de usuários de transporte público com a sua locomoção por meio das linhas de ônibus na cidade de Marília e região, através de um aplicativo mobile gratuito que oferece funções que atendem às demandas desses usuários para com esse meio de transporte, tendo estudantes como público-alvo. Como metodologia, foram aplicadas ferramentas que compõem o *design thinking*, e o modelo de negócios Canvas, além de estudos de viabilidade da proposta. A ideia apresentada foi planejada de forma aderente aos Objetivos de Sustentabilidade da Agenda 2030, alinhada ao ODS 9 – Indústria, inovação e infraestrutura. O projeto é composto por uma equipe formada por alunos do Curso Técnico de Administração Integrado ao Ensino Médio, com a perspectiva de proporcionar uma ferramenta para otimizar o acesso ao transporte público e em consonância com a dinâmica do segmento de *startup* Autotech.

1.1 Problema	6
1.2 Solução Potencial	6
1.3 Valor para o cliente	7
1.4 Fator de inovação e ou diferenciação	7
1.5 Time de projetos	7
2.1 Identidade da Empresa	8
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).	8
2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO	9
Fonte: Sebrae Canvas (2022).	9
2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR	10
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).	10
2.4 Formalização do Negócio	10
2.5 Pivotagem do Modelo do Negócio	12
3.1 Escopo do Produto	13
3.2 MVP	13
3.2.1 Apresentação	13
3.2.2 Processo de Validação	15
3.3 Pivotagem do Produto	17
4.1 Análise Setorial	18
4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo	19
4.2.2 Análise de Dados	20
4.3 Competidores	22
4.4 Ambiente Interno e Externo	24
4.5 Marketing e Vendas	24
4.6 Pivotagem do Mercado	25
5.1 Premissas econômico-financeiras	26
5.2 Investimentos e fontes de recursos	26
5.3 Custos e despesas	26
5.4 Estratégias de precificação	27
5.5 Relatórios econômico-financeiros	27
5.6 Análise de viabilidade	28
6 Pitch	30
Referências	33

SUMÁRIO EXECUTIVO

Propósito: Oferecer uma solução, por meio de um aplicativo, que permita com que usuários de transporte público (ônibus) da cidade de Marília e região possam utilizá-lo de forma segura e otimizada, tendo como público-alvo os estudantes e trabalhadores em geral. A proposta é aderente aos Objetivos de Sustentabilidade da Agenda 2030 e está alinhado ao ODS 9 – Indústria, inovação e infraestrutura.

Definição do negócio: A proposta de modelo de negócios é focada no desenvolvimento de soluções, por meio de tecnologia mobile, para otimização de transporte público. A proposta segue a dinâmica encontrada em *startup* de Autotech.

Time de Projeto: Os idealizadores do modelo de negócios são Fellipe Augusto dos Santos Reginaldo, Marcelo Pansieri de Paula Filho, Hugo Marzola Costa e Silva, Felipe Freitas Sabino.

Produtos e Serviços: Aplicativo mobile gratuito com interface simples e intuitiva que reúne todas as informações essenciais para o uso dos ônibus, tais como:

- As rotas que os ônibus percorrem;
- Horários de chegada e saída dos ônibus no terminal e nos bairros;
- Linhas de ônibus ativas e desativas;
- Pontos de parada ao longo das rotas;
- Programação da circulação de ônibus no dia.

Além do mais, o aplicativo conta com rastreamento dos ônibus em tempo real, permitindo que os usuários acompanhem a localização dos ônibus pelos seus smartphones. Somado a esta função, incorporamos sistemas de GPS ao aplicativo para implementar outras funcionalidades que melhoram a experiência dos usuários com o uso desse meio de transporte, como:

- Tempo estimado da chegada do ônibus em cada ponto;
- Mapa dentro do aplicativo para a visualização dos pontos, linhas, localização dos ônibus e posição do usuário;
- Barra de busca para pesquisa de endereços no mapa com indicação de linhas que fazem o percurso desejado;
- Roteirização de percursos entre um endereço a outro, priorizando rotas que ofereçam um tempo de locomoção menor, calculadas com base no horário em que o usuário pretende ir até o seu destino.

Localização: O *app* será disponibilizado nas lojas virtuais de aplicativos mobile *Play store* e *Apple Store*.

Mercado e competidores: Os aplicativos de ônibus já são bastante presentes no mercado, entretanto ainda é uma realidade pouco usual. Isso porque, a maioria está concentrada em soluções de larga escala, trazendo funções direcionadas ao transporte urbano geral, como aplicativos de carona, ciclismo, caminhada, etc. e não só ônibus, o que faz com que ofereçam um serviço pouco dedicado a este último, prejudicando assim a sua eficiência para com esse meio de transporte. Além do mais, a maioria está concentrada nas grandes cidades, como as capitais, isolando muitas cidades do interior, o que abre oportunidade para a implementação de um projeto do tipo dedicado para a realidade de Marília e região.

Tópico 1 | MOTIVAÇÃO

1.1 Problema

O transporte público sempre foi um **meio de locomoção** amplamente utilizado pela população, principalmente por aqueles que não tem acesso a veículos privados ou mesmo que optam por alternativas mais sustentáveis, evitando assim o aumento da poluição causado pelo excesso de carros nas ruas. Além do mais, há aqueles que também o utilizam por serem sua única alternativa e a mais viável para a sua realidade, como aqueles que não estão aptos a dirigir seu próprio veículo por não possuírem idade para tal.

Pode-se assim dizer que o transporte público está presente no dia a dia de grande parte da população, principalmente nas grandes cidades, em que se é comum encontrar diferentes alternativas como ônibus, trens, metros etc. Seus usuários abrangem desde aqueles que estão a caminho do trabalho ou escola, ou mesmo para aqueles que desejam se locomover de uma região para outra.

Entretanto, é comum que necessidades estruturais ou adequações nas linhas de transporte, como rotas, horários e mesmo pontos de embarque e desembarque sofreram alterações pela redução de uso das suas frotas. Neste caso, considerando a cidade de Marília em que o transporte rodoviário (ônibus) é o meio utilizado para locomoção, inclusive para uma considerável parcela de usuários que os utilizam para idas e vindas de escolas, isso pode ser um entrave, principalmente para aqueles que optam por unidades escolares fora do bairro em que reside e que necessitam de baldeação para chegar ao seu destino.

1.2 Solução Potencial

Desse modo, nosso projeto busca otimizar a experiência desses usuários e tirar melhor proveito dos recursos já existentes nesse setor, a partir da implementação de um sistema moderno de informação, em que a principal solução ofertada seja a roteirização de caminhos considerando a usabilidade do aluno em atividade escolar, ou seja, possibilitar interconectar escola e rotas do transporte público.

Por meio de um aplicativo, seria entregue uma plataforma aos moldes de apps de motorista, como o Uber ou 99, que convergiria todas as informações e processos essenciais das frotas de ônibus no dispositivo do usuário, simplificando o uso e entendimento das suas linhas. Assim, disponibilizaríamos funções que corrigem problemas corriqueiros desse setor e atendem as dores dos usuários, como:

- Rastreamento dos veículos em tempo real;

- Indicação de quais linhas estão ativas e inativas;
- Informe atualizado do itinerário geral (linhas e horários);
- Mapa dentro do aplicativo para a visualização dos pontos, linhas, localização dos ônibus e posição do usuário;
- Barra de busca para pesquisa de endereços no mapa com indicação de quais linhas fazem o percurso procurado.
- Tempo estimado da chegada do ônibus em cada ponto

1.3 Valor para o cliente

Por ser uma proposta que envolve o setor de transporte e a necessidade de criar mais valor para o cliente, o Projeto UNIBus possui um forte impacto tanto para os usuários quanto para os provedores desse tipo de serviço, visto que traz uma proposta pouco explorada no mercado, que abrange soluções para uma grande variedade de problemas atrelados ao uso das linhas de ônibus.

Oferta-se assim, uma proposta de valor para quem utiliza ou depende dos ônibus, já que esse projeto atende diretamente suas necessidades de forma efetiva, sem representar custo algum. Desse modo, não só será um benefício para os usuários, mas para a melhoria da praticidade do transporte coletivo, incentivando também as pessoas a se locomoverem mais de ônibus, aumentando o número de consumidores desse setor.

1.4 Fator de inovação e ou diferenciação

O diferencial que é abordado pelo nosso aplicativo é que tudo fica à mostra do usuário em tempo real, desde a localização de cada ônibus até as rotas disponíveis, possibilitando aos estudantes, público-alvo do nosso trabalho, um melhor planejamento com seus horários e/ou demais compromissos escolares.

1.5 Time de projetos

Quadro 1 – Equipe do Projeto

Integrante	Habilidades/Competências
Fellipe Augusto dos Santos Reginaldo	1.Design de imagens 2.Contabilidade 3.Análise de sistemas
Marcelo Pansieri de Paula Filho	1.Contabilidade 2.Finanças
Hugo Marzola Costa e Silva	1. Economia 2. Investidor
Felipe Freitas Sabino	1.Redação 2.Análise de mercado

Tópico 2 | MODELO DO NEGÓCIO (2B)

2.1 Identidade da Empresa

O nome do nosso negócio vem baseado em duas palavras que se mesclam, sendo a União (UNI) visando a maior integração ente as pessoas e o transporte público em si, e um neologismo usado no dia a dia da maioria das pessoas que é o “busão” (BUS). A logo marca do nosso negócio, é de fato, a nossa identidade mesclada com a figura de um ônibus. A cor predominante, o azul, foi escolhida em função da sua simbologia, que representa calma, confiança e segurança, sendo estas as características que desejamos para a experiência dos nossos usuários.

Figura 1 - Logotipo



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Na pesquisa pela propriedade do nome, foram encontradas duas marcas já registradas nesse nome. Entretanto, além de serem de seguimentos diferentes, as marcas constam como extintas, o que nos fez seguir em frente com a logomarca.

Figura 2 – Pesquisa de registro de marca.

A screenshot of the INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) website showing search results for the brand 'UNIBUS'. The page header includes the Brazilian flag, 'BRASIL', and navigation links like 'Acesso à informação', 'Participe', 'Serviços', 'Legislação', and 'Canais'. The main content area shows the search results for 'UNIBUS' with two entries marked as 'Extinto' (Extinct).

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
00696073113	08/1973	UNIBUS	Extinto	DIGITAL EQUIPMENT CORPORATION	09 : 55
90002101227	09/2006	UNIBUS	Registro de marca extinto	CONSORCIO UNIAO DA BACIA URBANA SUDESTE LESTE UNIBUS	NCL(8) 35

Páginas de Resultados: 1

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910

Fale conosco

Fonte: INPI (2022).

Na escolha do domínio, optamos pela indicação mais simples para facilitar o acesso dos usuários ao site.

Figura 3 – Pesquisa de registro de domínio.



Fonte: Registro.br (2022)

2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO

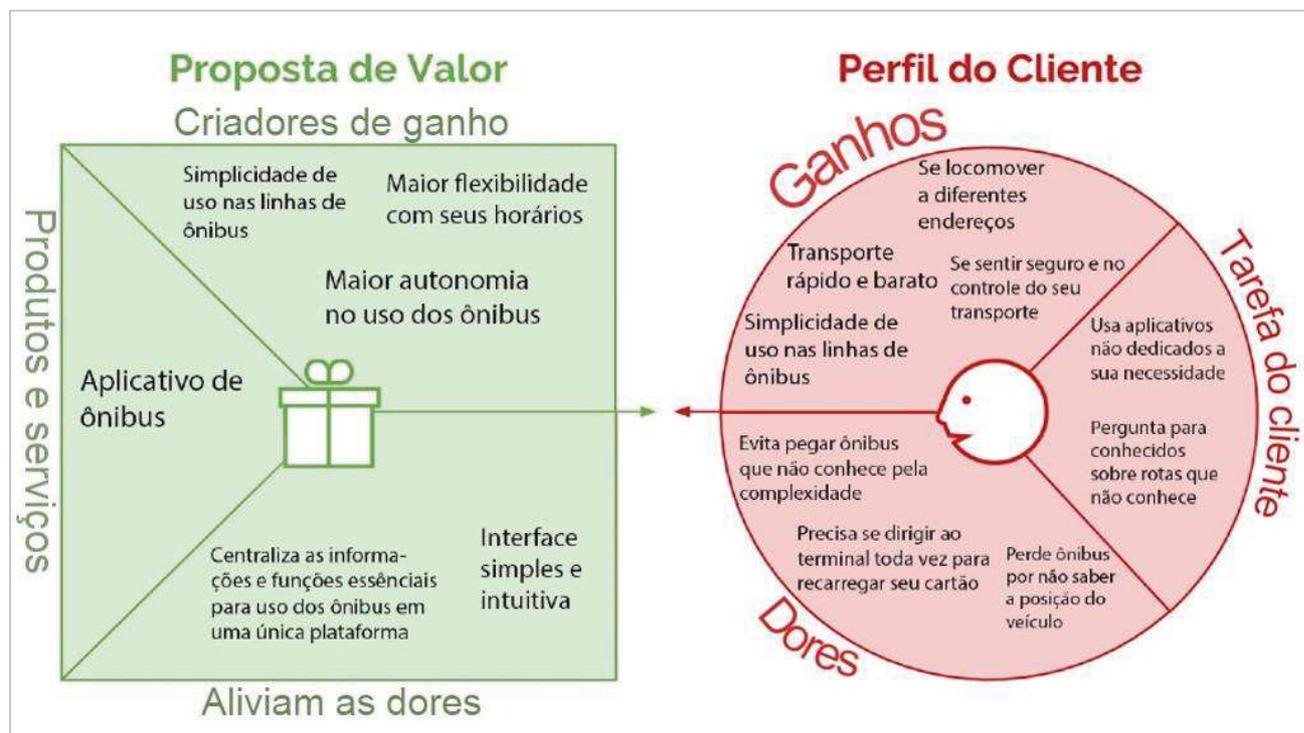
Figura 4 – Canvas do modelo do negócio



Fonte: Sebrae Canvas (2022).

2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR

Figura 5 - Design da proposta de valor



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

2.4 Formalização do Negócio

Dados da Empresa:

Razão Social:	UNIBUS LTDA.
Nome Fantasia:	UNIBUS
Ramo de Atividade:	Tecnologia.
Site:	unibus.app.br
Endereço	Av. Castro Alves, 62 - Somenzari, Marília - SP, 17506-000
Prédio Próprio/Alugado	Alugado

Enquadramento Tributário:	Simple Nacional
CNAE:	6203-1/00 - Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis.

Forma Jurídica:	Sociedade por cotas limitadas
------------------------	-------------------------------

Capital Social

Sócio	Quotas	Valor
Felipe Freitas Sabino	25%	R\$2.600,00
Fellipe Augusto dos Santos Reginaldo	25%	R\$2.600,00
Hugo Marzola Costa e Silva	25%	R\$2.600,00
Marcelo Pansieri De Paula Filho	25%	R\$2.600,00
Total	100	R\$10.400,00

Registros Necessários

Âmbito Municipal	<ul style="list-style-type: none"> • Registro na junta comercial. • Alvará de localização e funcionamento. • Inscrição municipal. • CNPJ. • Licença ambiental. • Licença sanitária. • Vistoria de cumprimento de normas de segurança.
Âmbito Estadual	<ul style="list-style-type: none"> • Registro na junta comercial. • Alvará de localização e funcionamento. • Inscrição municipal. • CNPJ. • Licença ambiental. • Licença sanitária. • Vistoria de cumprimento de normas de segurança.
Âmbito Federal	<ul style="list-style-type: none"> • Registro na junta comercial. • Alvará de localização e funcionamento. • Inscrição municipal. • CNPJ. • Licença ambiental. • Licença sanitária. • Vistoria de cumprimento de normas de segurança.
Inova Simples	<ul style="list-style-type: none"> • Identificação. • Razão Social com o termo Inova Simples. • Finalidade do Projeto Empresarial. • Declaração de atestado que as atividades da empresa não vão gerar poluição visual, sonora, urbana ou ambiental.

	<ul style="list-style-type: none">• Declaração atestando que as operações da empresa não podem gerar tráfego intenso de veículos no seu local de funcionamento.• Endereço.• Existência de fonte de apoio, como uma incubadora ou aceleradora.
--	---

2.5 Pivotagem do Modelo do Negócio

Durante o processo de desenvolvimento do trabalho, foi necessário o descarte de parcerias com empresas que fariam a rota na região de Marília, optando pela utilização de apenas da AMTU visando o foco no itinerário local. Assim fechando possibilidades de acordos com instituições que realizam o transporte para cidades vizinhas, como Turismar, Itamarati, princesa e Guerino seiscentos.

Tópico 3 | PRODUTO

3.1 Escopo do Produto

O produto é um aplicativo gratuito, disponibilizado através das lojas virtuais de aplicativos mobile *Play Store* e *Apple store*, com interface simples e intuitiva que atende às necessidades dos usuários de transporte público otimizando o uso das linhas de ônibus como meio de locomoção, por meio de funções como:

- Rastreamento dos veículos em tempo real;
- Indicação de quais linhas estão ativas e inativas;
- Informe atualizado do itinerário geral (linhas e horários);
- Mapa dentro do aplicativo para a visualização dos pontos, linhas, localização dos ônibus e posição do usuário;
- Barra de busca para pesquisa de endereços no mapa com indicação de quais linhas fazem o percurso procurado.
- Tempo estimado da chegada do ônibus em cada ponto

É importante destacar que será necessário conexão de internet para o uso do aplicativo.

3.2 MVP

3.2.1 Apresentação

Tela 1 – Tela de entrada do aplicativo. Nela é possível visualizar o logotipo da empresa e mensagem de boas-vindas.

Figura 6 – Design da tela de carregamento do aplicativo.



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Tela 2 – Tela de acesso do aplicativo. Nela é possível acessar a página para cadastro ou acessara tela de login para acessar os serviços do aplicativo.

Figura 7 – Design da tela de Login do aplicativo.



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Tela 3 – Tela de acesso do aplicativo. Nela é possível acessar a página de login para acessar os serviços do aplicativo. Destaca-se que é possível também acessar via redes sociais.

Figura 8 – Design da tela de Login do aplicativo.



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Tela 4 – A Tela 4 é direcionada para que o usuário possa fazer suas pesquisas e visualizar o itinerário que deseja. Por meio dela, é possível acompanhar o trajeto que o ônibus realiza, bem como tempo de chegada.

Figura 9 – Design da tela de rota do aplicativo.



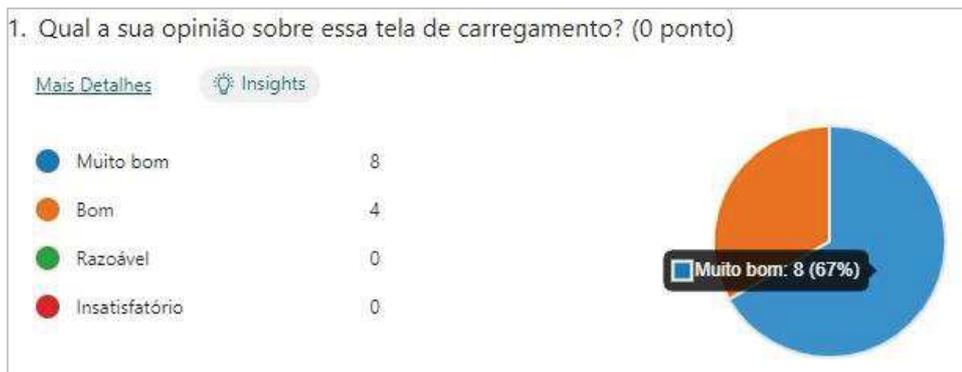
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A proposta apresentada foi submetida à avaliação de possíveis usuários, o que nos dá uma visão positiva ou de necessidade de ajustes futuros.

3.2.2 Processo de Validação

A respeito da pesquisa de campo, emitida via Microsoft Forms, foram recebidas 12 respostas anônimas. Destas, 67% das pessoas responderam que a apresentação da tela é “Muito bom”, enquanto os outros 33% votaram para “Bom”.

Gráfico 1 – Design da tela de carregamento.



Fonte: Microsoft Forms (2022).

Mostrou-se também, na pesquisa que 83% das pessoas avaliaram como “Muito bom” a tela de Login (**Figura 5**), enquanto 8% votaram para “Bom” e 8% para “Razoável” .

Gráfico 2 – Design da tela de Login.

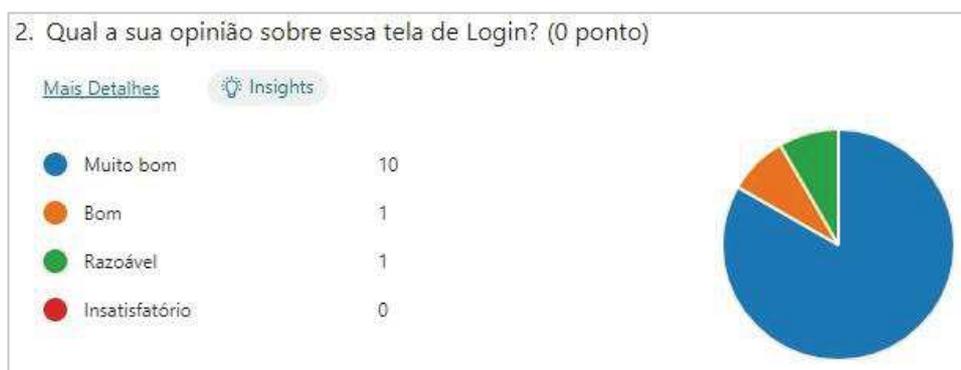
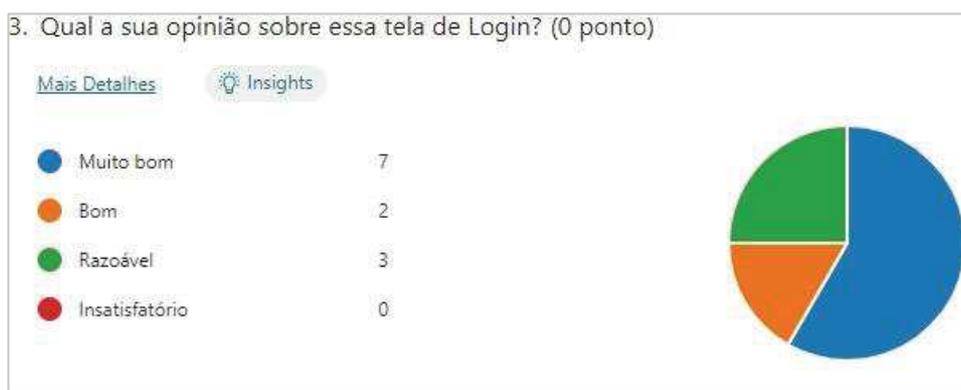
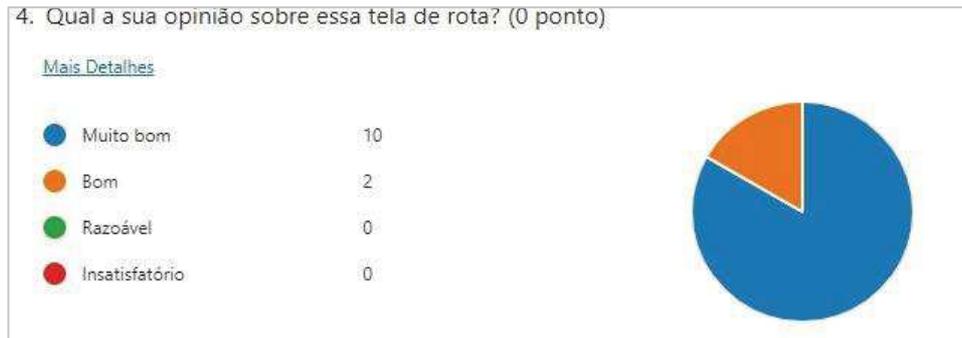


Gráfico 3 – Design da continuação da tela de Login.



Fonte: Microsoft Forms (2022).

Gráfico 4 – Design da tela de rota.



Fonte: Microsoft Forms (2022).

Portanto, a partir da validação, pode-se observar que os sujeitos participantes da validação consideraram que todas as telas tiveram aceitação positiva, o que leva a crer que houve uma boa aceitação da proposta, com mais de 80% de opinião positiva ao design das telas do aplicativo.

3.3 Pivotagem do Produto

Foi realizada a modificação do escopo do produto, onde foram alteradas a paleta de cores do aplicativo, optando-se para cores mais impactantes e que mesmo assim agradem mais o usuário. Considerou-se que as cores escolhidas inicialmente eram muito opacas e com pouco realce, o que não é atrativo para chamar atenção do usuário.

Tópico 4 | MERCADO

4.1 Análise Setorial

Sendo o Brasil um dos maiores usuários do transporte rodoviário, o ônibus é o principal meio de locomoção utilizado pela população. Segundo o portal de conteúdos *Liga Insights* (2022), este é um cenário com muitas oportunidades para o surgimento das autotechs, *startups* que trabalham com o desenvolvimento de serviços e(ou) produtos relacionados a tecnologia automotiva.

De acordo com um estudo da aceleradora corporativa *Liga Ventures* (2020), o Brasil conta hoje com 320 startups de autotechs agindo para criar soluções e serviços para mobilidade urbana, demonstrando a notoriedade que esse setor tem ganhado nos últimos anos.

Além do mais, muitas empresas que vêm oferecendo soluções para o setor têm se destacado no mercado, como a Uber e 99, que utilizam, assim como a maioria das empresas e *startups* presentes no setor de autotech, aplicativos mobile como base para a entrega dos seus produtos e serviços.

Esse fenômeno não é sem fundamento, já que, com a constante adoção nos últimos anos da tecnologia digital para otimizar processos empresariais, os aplicativos para aparelhos mobile estão vivendo seu melhor momento. Segundo uma pesquisa realizada pela *Think Tank Pew Research* (2019), em 2019 a expectativa de crescimento para o mercado de aplicativos era de movimentar US\$ 6,3 trilhões de dólares no mundo até o final de 2021.

Nesse contexto, muitos agentes têm aproveitado o crescimento dessa área para atender mercados diversos, inclusive o setor de transporte coletivo, que também foi atingido por essa tendência com a popularização dos apps para otimização da experiência de usuários de linhas de ônibus para com esse meio de transporte e com a mobilidade urbana em geral.

Os aplicativos que atendem esse segmento já são bastante presentes no mercado, entretanto ainda é uma realidade pouco usual. Isso porque, a maioria está concentrada em soluções de larga escala, disponibilizando funções direcionadas a meios de transporte urbanos gerais, como aplicativos de carona, metrô, ciclismo, caminhada, etc. e não só ônibus, fazendo com que ofereçam um serviço pouco dedicado a esse último, prejudicando assim a sua eficiência em atender esse segmento de transporte coletivo. Além do mais, a maioria desses aplicativos está concentrada nas grandes cidades, como as capitais, isolando muitas cidades do interior.

Todavia, os aplicativos já ativos no mercado que se enquadram nesse setor têm ganhado muita atenção do público. Fato é, que o aplicativo de mobilidade urbana Moovit, um dos principais

agentes do segmento, foi comprado pela empresa Intel em 2020 por U\$900 milhões para ser usado na sua divisão de veículos autônomos, como divulga o portal de notícias G1 (2020). Por isso, a falta de um aplicativo dedicado para a realidade da cidade de Marília e região é uma grande oportunidade para a implementação de um sistema do tipo, tendo em vista o grande potencial que os aplicativos de mobilidade urbana possuem hoje.

4.2 Pesquisa de Campo

Objetivos:	Verificar a aceitação da nossa proposta
Descrição do Público-Alvo a ser pesquisado:	Estudantes do ensino médio que dependem do ônibus como meio de transporte até sua escola.
Tamanho do Universo:	1.000
Tamanho da Amostra:	64
Mg Erro:	10%
Nível de Confiança:	90%

4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo

Questionário

1. Se você utiliza celular, pode-se dizer que seu dispositivo possui o sistema operacional:

IOS Android

2. Dentre os itens abaixo, qual deles representa sua maior atividade no dia a dia:

Trabalho no setor público ou privado

Escola/Universidade

Atividades esportivas

Cursos presenciais

outros: _____

3. Você usa e/ou depende do transporte público (ônibus) para a realização de alguma das atividades descritas acima? Caso sua resposta seja sim, com qual intensidade utiliza?

Sim e utilizo todos os dias.

Sim e utilizo às vezes.

Sim e utilizo quase nunca.

Não utilizo.

5. Você já se deparou com problemas em relação ao transporte público (ônibus)?

Nunca se deparou. Uma vez. Algumas vezes. Muitas vezes.

6. Conte-nos o problema que você se deparou referente a usabilidade desse transporte?

falta de informação a respeito do transporte

não saber qual o ônibus ideal a pegar

acabar por pegar o ônibus errado

certa insegurança ao pegar linhas desconhecidas

descer no ponto errado

não me deparei com nenhum problema

não uso o transporte de público.

5. Você já se deparou com alguma situação que foi necessário usar alguma linha de ônibus que não está habituado?

Sim. Não.

7. Qual município você reside?

R: _____

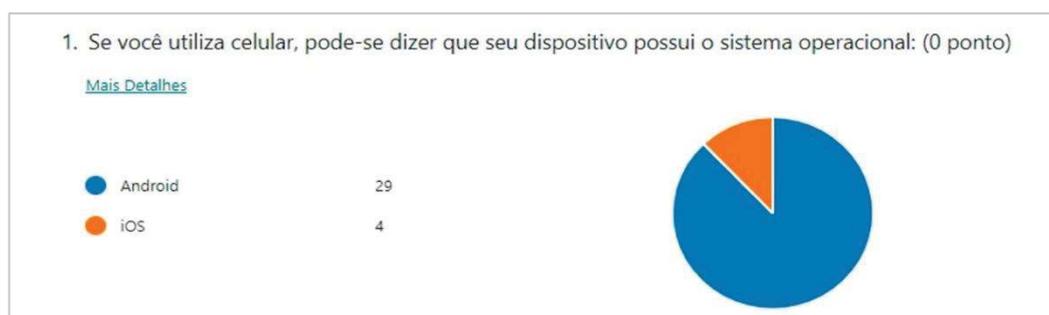
8- Você utilizaria um aplicativo que atendesse aos seus problemas no transporte público?

Sim. Não.

4.2.2 Análise de Dados

A respeito da pesquisa de campo, emitida via Microsoft Forms, foram recebidas 34 respostas anônimas. Destas, 88% das pessoas responderam que o sistema operacional de seus dispositivos móveis vem a ser Android, enquanto 12% iOS.

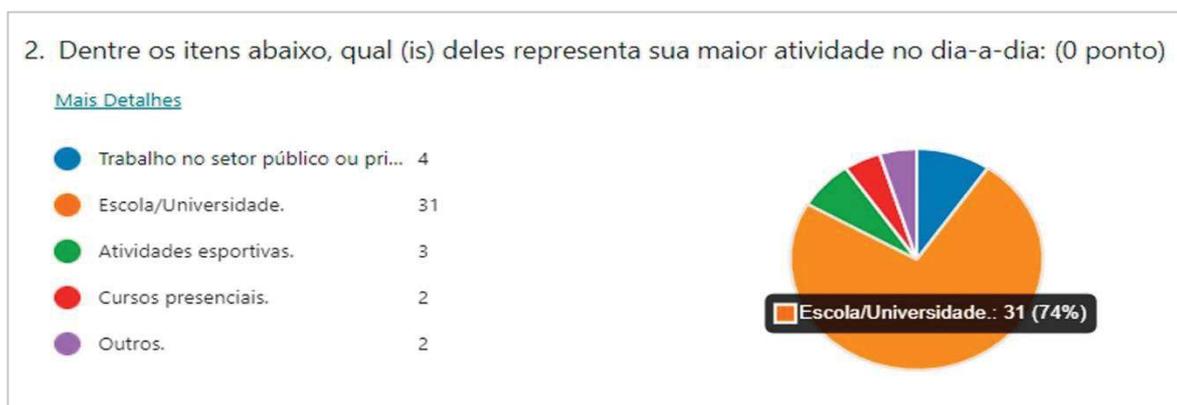
Gráfico 5 – Tipos de sistemas operacionais



Fonte: Microsoft Forms (2022).

Mostrou-se também, na presente pesquisa, que 94% das pessoas usam do transporte público para cumprir atividades diárias, vindo em primeiro lugar a opção "Escola/Universidade" com 74%. Ou seja, estudantes, público-alvo do projeto UNIBUS.

Gráfico 6– Atividades do dia a dia do usuário

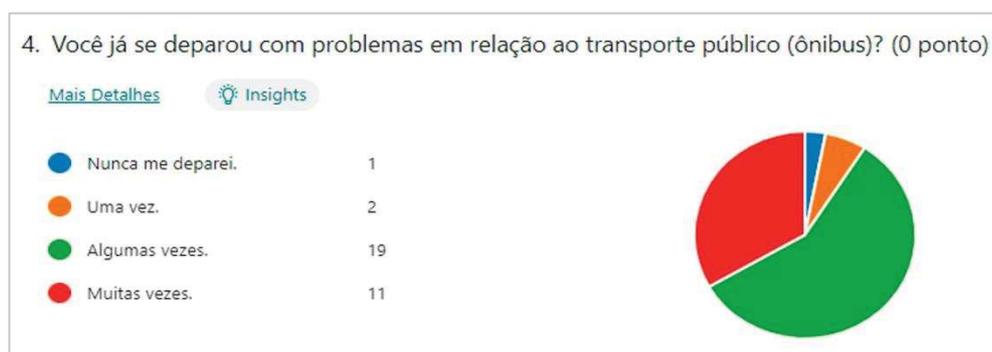


Fonte: Microsoft Forms (2022).

Pode-se observar, após um estudo coletivo entre os membros do projeto, que o setor do transporte público precisa de uma melhoria na sua infraestrutura. O fato que leva o grupo a crer que é necessário uma reestruturação no âmbito do transporte público é a questão número quatro, que nos traz a informação que 97% das pessoas já se depararam com problemas durante o uso desse meio de transporte. Sendo eles:

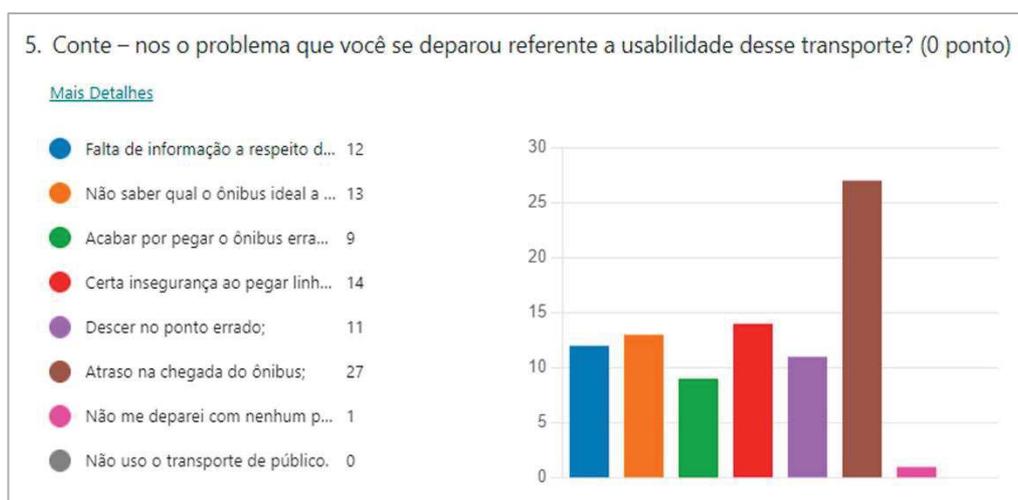
- - Insegurança ao pegar uma linha de ônibus desconhecida;
- - Não saber o ônibus certo a pegar;
- - Falta de informação a respeito do ônibus;
- - Pegar o ônibus errado;
- - Descer no ponto errado;
- - Atraso na chegada do ônibus a ser pego.

Gráfico 7 – Opiniões sobre problemas do transporte público



Fonte: Microsoft Forms (2022).

Gráfico 8 – Indicações de problemas com transporte público



Fonte: Microsoft Forms (2022).

Além do mais, 67% das pessoas já se encontraram com uma situação de serem obrigados a pegar uma linha de ônibus desconhecida, o que pode trazer certa insegurança.

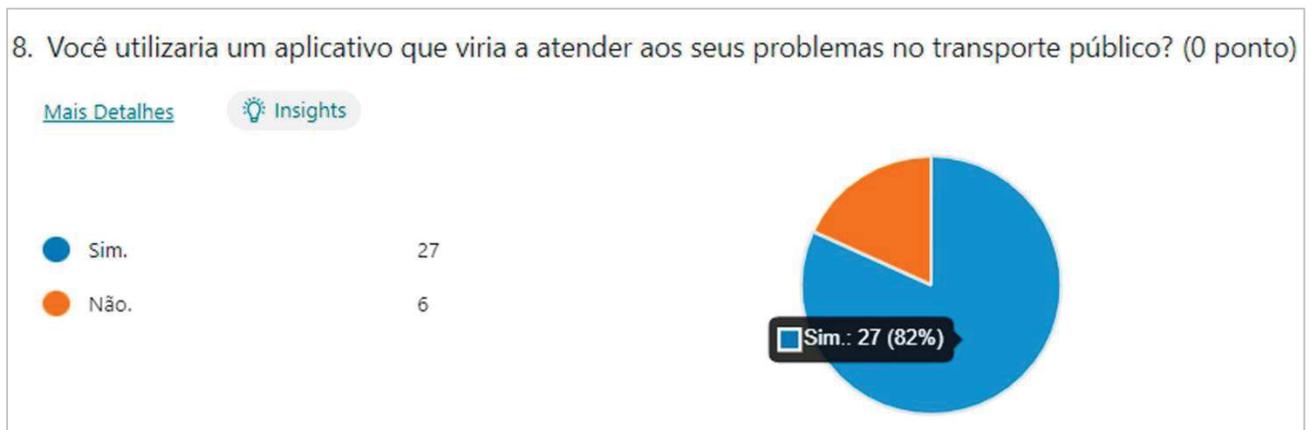
Gráfico 9 – 6ª questão da pesquisa de campo.



Fonte: Microsoft Forms (2022).

Por fim, analisando a questão número oito do questionário, temos a informação de que 82% das pessoas utilizariam um aplicativo que viria a melhorar a usabilidade do transporte público, prometendo resolver os principais problemas encontrados e citados acima.

Gráfico 5 – Percepções sobre a proposta do aplicativo.



Fonte: Microsoft Forms (2022).

4.3 Competidores

Para a análise dos competidores, foi aplicado a ferramenta Oceano Vermelho/Azul, considerando potenciais concorrentes, seus serviços ou produtos ofertados. A partir da ferramenta foi possível verificar o que não tem sido oferecido no mercado, para que a proposta possa alcançar um mercado ainda não ou pouco explorado.

Quadro 2 – Análise do oceano vermelho/azul

Análise do mercado – mar vermelho			
	Concorrente direto (AMTU)	Concorrente indireto (Moovit, CittaMobi, etc)	Análogo
Serviços que oferecem	Site aberto ao público, com informações sobre horários e rotas; mapa digital.	Aplicativo com horários e rotas de meios de transporte variados; acompanhamento da sua localização em tempo real; mapa digital.	Informação dos horários e rotas de ônibus e mapa digital.
Preços que praticam	Gratuito	Gratuito	Gratuito
Público	Usuários de ônibus de Marília e região	Usuários de transporte público geral (Metro, ônibus, etc) das grandes cidades	Usuários gerais de ônibus
Diferenciais	Dedicado exclusivamente para nossa cidade	Informação sobre vários tipos de transporte diferentes	
Análise do mercado – mar azul			
O que pode ser eliminado na solução?	A falta de informação ao pegar um ônibus em local desconhecido, usando o aplicativo você saberia todos os horários e também rotas, sem contar o acompanhamento do ônibus desejado, em tempo real.		
O que pode ser reduzido na solução?	O desconforto dos que dependem do transporte público.		
Que atributos nunca oferecidos pelo setor devem ser criados?	O possível acompanhamento em tempo real do ônibus desejado, obtendo assim um aumento na eficiência do transporte público.		
Preço praticado	O aplicativo deve ser gratuito para ser o mais acessível possível		

Fonte: Elaborado pelos autores

Conforme demonstra o Quadro 2, os concorrentes diretos ofertam diferentes serviços, como, por exemplo, alguns ofertam aplicativos com foco em recargas e outros focam em itinerários específicos, ou seja, até estão próximos daquilo que se pretende entregar como produto neste projeto. Porém, por mais próxima que seja a ideia, foi possível observar que há vantagens em nossa proposta no que se diz respeito a ser um aplicativo focado no transporte da cidade de Marília, priorizando a atualização dos dados em tempo real, principalmente nos horários relativos à período escolar. Sendo assim, considera-se que seja uma proposta pertinente àqueles que necessitam do transporte público e que ao mesmo tempo desejam gerir seu tempo da forma mais pontual possível.

4.4 Ambiente Interno e Externo

Com o objetivo de se traçar um planejamento adequado de curto, médio ou longo prazo, se faz necessário analisar o ambiente interno e externo, utilizando assim a ferramenta análise SWOT.

Quadro 3 – Análise SWOT

	Forças	Fraquezas
Internas	<ul style="list-style-type: none">• Atendimento das necessidades de quem usa ônibus de forma efetiva;• Experiência de usuário de transporte público.	<ul style="list-style-type: none">• Dependência na área de programação e TI;• Implementação de alto custo;• A empresa é um startup;• Desconhecimento do aplicativo no mercado.
	Oportunidades	Ameaças
Externas	<ul style="list-style-type: none">• Falta de eficiência no sistema de ônibus atual;• Muitos estudantes utilizam ônibus para transporte;• Empresa de transporte público única em Marília;• Sem suporte de aplicativos de transporte público na região.	<ul style="list-style-type: none">• Aplicativos de transporte público migrarem para a região;• Falta de investimento;• Entrada de grandes empresas oferecendo o mesmo serviço.

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Por meio do Quadro SWOT é possível determinar algumas metas futuras para a proposta, porém não sendo neste momento objetivo abordar o planejamento estratégico.

4.5 Marketing e Vendas

Objetivo geral: Tornar o aplicativo conhecido em Marília e região para fortalecer a marca.

Objetivos específicos:

- Divulgação em áreas comuns ao público-alvo, como terminal de ônibus, próximo a escolas, nos ônibus e nos pontos de ônibus, por meio de cartazes.
- Promoção de eventos periódicos para os usuários do aplicativo, com entrada gratuita no terminal de ônibus e passagens gratuitas para determinados ônibus em dias específicos, que serão anunciados no aplicativo.
- Anúncios em redes sociais direcionados para contas localizadas em Marília.

Quadro 4 – Composto de Marketing

Produto	Aplicativo para ajudar no uso dos ônibus com interface simples e intuitiva, que centraliza as informações necessárias para ir de um endereço a outro por meio das linhas de ônibus.
Preço	Oferecer o serviço gratuitamente aos usuários.
Praça	Comercialização em lojas de aplicativos mobile, como Play Store e Apple Store, amplitude de atendimento para Marília e região.

Promoção	Divulgação em áreas comuns ao público-alvo, como terminal de ônibus, escolas, nos ônibus e nos pontos de ônibus, por meio de cartazes. Além da promoção de eventos periódicos para os usuários do aplicativo, com entrada gratuita no terminal de ônibus e passagens gratuitas para determinados ônibus em dias específicos, que serão anunciados no aplicativo, somados a anúncios em redes sociais direcionados para contas localizadas em Marília.
-----------------	---

Fonte: Elaborado pelos autores

4.6 Pivotagem do Mercado

Após a análise de mercado, foi verificado que o projeto se mantém aderente a proposta inicial, não exigindo pivotagem dos itens a princípio propostos.

Tópico 5 | FINANÇAS

5.1 Premissas econômico-financeiras

As premissas econômico-financeiras consistem na avaliação e gestão dos fundos arrecadados pela empresa a partir de ferramentas e estratégias, abrangendo conceitos tanto da macroeconomia quanto da microeconomia. Analisando as informações obtidas, o projeto consta um lucro bruto de R\$110.000,00 e líquido de R\$86.340,00.

5.2 Investimentos e fontes de recursos

Tabela 1 – Investimentos iniciais.

investimentos iniciais	investimento inicial	preço	unidade	total
	celulares	R\$ 1,300.00	4	R\$ 5,200.00
	notebook	R\$ 5,000.00	1	R\$ 5,000.00
	Hospedagem	R\$ 200.00	1	R\$ 200.00
				R\$ -
				R\$ -
				R\$ -
	subtotal	R\$ 6,500.00		R\$ 10,400.00
total investido	R\$ 6,500.00		R\$ 10,400.00	

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

5.3 Custos e despesas

Tabela 2 – Despesas gerais.

despesas gerais	custo (média)	tipo
manutenção do aplicativo	R\$ 600.00	fixo
internet	R\$ 200.00	fixo
luz (média)	R\$ 300.00	fixo
água (média)	R\$ 60.00	fixo
salário e encargos	R\$ 17,500.00	fixo
marketing	R\$ 5,000.00	fixo
total de despesas	R\$ 23,660.00	
calculo total		
lucro bruto	R\$ 110,000.00	
despesas	R\$ 23,660.00	
lucro liquido	R\$ 86,340.00	

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Tabela 3 – Markup.

Referente ao aplicativo			
preço de venda	100%	R\$	110,000.00
ICMS	18%	R\$	19,800.00
PIS	1.65%	R\$	1,815.00
CONFINS	7.60%	R\$	8,360.00
despesas fixas	5%	R\$	5,500.00
margem de lucro	40%	R\$	44,000.00
mark up divisor	27.75%		
mark up multiplicad	2.139037	-----	

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

5.4 Estratégias de precificação

Para realizar a precificação do projeto foi escolhida a estratégia de Markup, que define a diferença entre o preço de venda de um produto ou serviço e o seu custo, indicando, dessa forma, seu lucro bruto.

5.5 Relatórios econômico-financeiros

Tabela 4 – Demonstração de resultado referente a um mês.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO		Referente a um mês
Descrição		
Venda de mercadorias	R\$	110,000.00
RECEITA BRUTA	R\$	110,000.00
(-) Impostos sobre Vendas	R\$	19,800.00
RECEITA LIQUIDA DAS VENDAS	R\$	90,200.00
(-) Custo da Mercadoria Vendida	R\$	10,400.00
LUCRO BRUTO	R\$	100,600.00
(-) Despesas Operacionais	-R\$	38,835.00
(+) Comerciais (com Vendas)	R\$	5,000.00
(+) Administrativas	R\$	23,660.00
(+) Tributárias	R\$	10,175.00
LUCRO OPERACIONAL	R\$	61,765.00
Receitas/(Despesas) Financeiras	R\$	-
Resultado Operacional	R\$	61,765.00
Receita/(Despesa) Não Operacional (parte dos acionistas)		
Resultado Antes da CSLL	R\$	61,765.00
(-) Provisão para CSLL	-R\$	5,558.85
Resultado antes do IRPJ	R\$	56,206.15
(-) Provisão para IRPJ	-R\$	8,430.92
LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$	47,775.23

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Tabela 5 – Demonstração de resultado referente a um ano.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO		Referente ao período de um ano	
Descrição			
Venda de mercadorias	R\$		110,000.00
RECEITA BRUTA	R\$		110,000.00
(-) Impostos sobre Vendas	R\$		19,800.00
RECEITA LIQUIDA DAS VENDAS	R\$		90,200.00
(-) Custo da Mercadoria Vendida	R\$		10,400.00
LUCRO BRUTO	R\$		100,600.00
(-) Despesas Operacionais	-R\$		38,835.00
(+) Comerciais (com Vendas)	R\$		5,000.00
(+) Administrativas	R\$		23,660.00
(+) Tributárias	R\$		10,175.00
LUCRO OPERACIONAL	R\$		61,765.00
Receitas/(Despesas) Financeiras	R\$		-
Resultado Operacional	R\$		61,765.00
Receita/(Despesa) Não Operacional			
Resultado Antes da CSLL	R\$		61,765.00
(-) Provisão para CSLL	-R\$		5,558.85
Resultado antes do IRPJ	R\$		56,206.15
(-) Provisão para IRPJ	-R\$		8,430.92
LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$		47,775.23

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

5.6 Análise de viabilidade

A partir da análise das informações econômicas e financeiras com lucratividade, o projeto apresenta viabilidade.

Tabela 6 – Demonstrativo de vendas.



6 PITCH

Slide 1 – Identificando a Oportunidade

Contextualização



06/12/2022



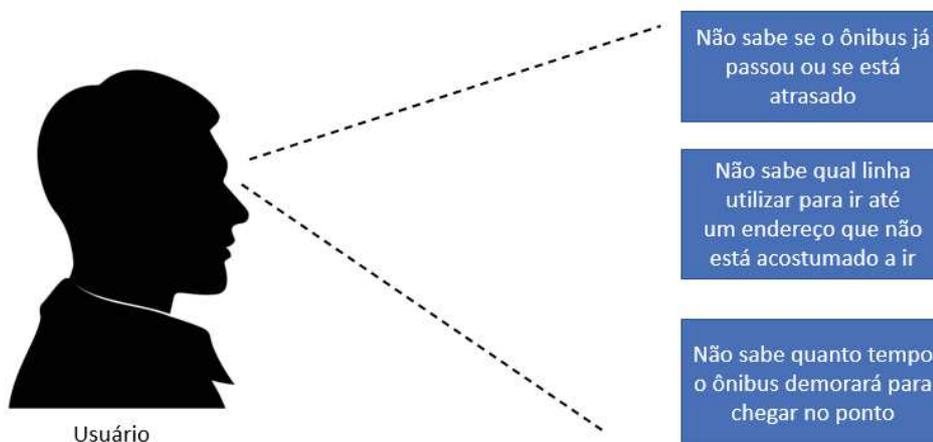
2

Fonte: PowerPoint (2022). Elaborado pelos autores.

Slides 2 – Apresentando a sua Solução

Problemática

O transporte público rodoviário (Ônibus) está presente no dia a dia de grande parte da população. Entretanto, sua infraestrutura atual conta com diversas nuances negativas que prejudicam seus usuários, como:



06/12/2022



3

Slide 3 – Destacando seus Diferenciais

Objetivos

Objetivo Geral: Otimizar a experiência dos usuários do transporte público por meio de um App de roteirização.

Objetivos Específicos:

- Identificar necessidades e demandas dos potenciais clientes.
- Aplicar ferramentas de Design Thinking e propor soluções.
- Propor uma ferramenta mobile (aplicativo) para roteirização de transporte para estudantes da cidade de Marília.

Slide 5 – Explanando sua Proposta

Resultados



Resultados: CANVAS



06/12/2022

Fonte: PowerPoint (2022). Elaborado pelos autores.

REFERÊNCIAS

DERMATINI, Felipe. Mercado de apps deve movimentar US\$ 6,3 trilhões até 2021. **Canaltech**, 2019. Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/mercado-de-apps-deve-movimentar-us-63-trilhoes-ate-2021-133229/>. Acesso em: 09 de nov. de 2022.

GAZZCONNECTA. **Seis autotechs que estão transformando o mercado automotivo brasileiro**. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/gazz-conecta/autotechs-que-estao-transformando-o-mercado-automotivo-brasileiro/>. Acesso em: 09 de nov. de 2022.

HENRIQUE, Arthur. Brasil é o país que passa mais tempo em aplicativos, diz pesquisa. **Olhar Digital**, 2021. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2021/07/17/internet-e-redes-sociais/brasil-e-o-pais-que-passa-mais-tempo-em-aplicativos/>. Acesso em: 03/08/2022.

LIGA INSIGHTS. **Autotechs: o panorama brasileiro de startups de mobilidade, logística e indústria automobilística.**, . Disponível em: <https://insights.liga.ventures/inovacao/autotechs-o-panorama-brasileiro-de-startups-de-mobilidade-logistica-e-industria-automobilistica/>. Acesso em: 09 de nov. de 2022.

LIGA INSIGHTS . **28 startups de ferramentas de gestão e CRM automotivo**. Disponível em: <https://insights.liga.ventures/autotech/28-startups-ferramentas-gestao-crm/>. Acesso em: 09 de nov. de 2022.

LIGA INSIGHTS. 34 startups do segmento de Autotechs para Mobilidade. Disponível em: <https://insights.liga.ventures/autotech/34-startups-mobilidade/>. Acesso em: 09 de nov. de 2022.

REUTERS. Intel compra app de trânsito Moovit por US\$ 900 milhões. **G1**, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/05/04/intel-compra-app-de-transito-moovit-por-us-900-milhoes.ghtml>. Acesso em: 09 de nov. de 2022.

UNIVEM. Relatório de Projeto *startup*. São Paulo: Univem, 2022. (Material didático do Programa de Pós-Graduação Latu Sensu).