

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação

**Projeto iClean:
Inovação na lavagem de roupa**

Bruna Larissa Poli
Erick Luciano Floriano Mendes
Felipe Dourado Gonçalves de Souza
Junho 2019

SUMÁRIO

1.Equipe	3
2.Proposta de Valor	5
3.Segmentos de Clientes	5
4.Canais de Comunicação	6
5.Relacionamento com Clientes	6
6.Fontes de Receita	6
7.Recursos-chave da sua empresa	6
8.Atividades-chave da sua empresa	6
9.Parcerias principais	6
10.Estrutura de custo	6
11.Análise SWOT	6
12.Considerações finais	6

1. Equipe

Bruna Larissa Poli – Tecnóloga em Biocombustíveis (Fatec) atualmente trabalha com controle e monitoramento de processos Fermentativo e de Recuperação, desenvolvendo projetos de melhoria contínua e análises estatísticas do processo produtivo, com o objetivo de reduzir a variabilidade e aumento de performance na DSM Produtos Nutricionais.

Erick Luciano Floriano Mendes – Bacharel em Estatística (Unicamp), apresenta certificado *Green Belt - Six Sigma* (EDTI). Durante a graduação, realizou iniciação científica (IC) e estágio profissional na empresa Nielsen Company com Estatística Operacional e Data Science. Atualmente, trabalha com desenvolvimento de Modelos Estatísticos voltados à Risco de Crédito na empresa BoaVista SCPC.

Felipe Dourado Gonçalves de Souza, Engenheiro Mecânico (Unesp), trabalha atualmente na Raízen Combustíveis, como gerente de território. Sua área de atuação está relacionada com o gerenciamento de clientes de postos e também a ampliação da rede Shell, ampliando assim o *market share* sobre a concorrência.

A divisão das responsabilidades inicialmente foi feita da seguinte forma: Felipe é o responsável por prospecção de parceiros, tanto para a realização do serviço de lavagem de roupa, que chamaremos de lavadores parceiros, quanto pelas parcerias com pessoas para o desenvolvimento do aplicativo, e todas as responsabilidades que envolvem a área comercial. Bruna e Erick trabalharão conjuntamente na construção e monitoramento de indicadores, construção do site e estratégias para a divulgação a partir de marketing digital.

O nome da nossa empresa é **iClean**. A iClean surge como uma oportunidade de lavagem de roupa a um clique, facilitando e democratizando o acesso a esse serviço, a um custo justo e com excelente custo-benefício.

2.Proposta de Valor

A proposta desse serviço de lavagem de roupa via aplicativo tem por objetivo levar maior praticidade e flexibilidade ao consumidor que poderá buscar pelo lavador parceiro que estiver mais próximo dele ao mesmo tempo que pode adequar a entrega conforme a própria necessidade (se próximo ao local de trabalho, universidade ou casa).

Além disso, ao utilizar do serviço de lavagem de roupa, o consumidor terá mais tempo disponível para outras atividades uma vez que essa é uma tarefa doméstica que pode ser substituída por um momento de lazer com família e amigos.

Para o lavador parceiro, que irá realizar o serviço de lavagem de roupa, a proposta traz uma possibilidade de geração de renda sem a necessidade de um grande investimento. Além disso, torna acessível a realização do sonho de ter “o próprio negócio, fazer seus próprios horários”.

3.Segmentos de Clientes

De modo geral, todo o público que estuda ou trabalha, que possui ou não uma máquina de lavar em sua residência, mas que independente disso precisa dedicar tempo para essa atividade doméstica e que pode querer utilizar do serviço a fim de otimizar tempo ou utilizar da facilidade e do conforto proposto pelo aplicativo.

4.Canais de Comunicação

A proposta do próprio aplicativo é a facilidade da contratação do serviço através da plataforma disponível no celular. Sendo assim, a interface entre o usuário e o prestador de serviço irá ocorrer através da WEB. Além disso, utilizaremos das Redes Sociais para propagandas patrocinadas, como página de divulgação e criação de QR Code para divulgação em folders de quadros de comunicação em universidades.

5.Relacionamento com Clientes

Nossos clientes são diretamente os próprios prestadores de serviço (B2B) porém como esses estão intimamente ligados aos consumidores finais, estamos tratando de um tipo de negócio B2B2C.

O relacionamento com os prestadores está na plataforma do aplicativo. Será possível endereçar a eles a frequência com que os seus consumidores solicitam o serviço, quais peças de roupa são mais requisitadas, o tipo de pagamento preferido (moeda ou crédito), indicação do aplicativo a novos usuários, etc.

Esse tipo de negócio busca fidelizar nossos prestadores de serviços, entregando um serviço diferenciado e que traga valor agregado.

6.Fontes de Receita

As fontes de receita do modelo de negócio proposto funcionaria de forma bastante semelhante às fontes de receitas das empresas de transporte por aplicativo. A receita inicial seria a partir da cobrança de uma porcentagem do valor do preço cobrado pelo serviço. Dessa forma, a maior parte do valor do serviço seria destinado aos “lavadores parceiros” e uma porcentagem do valor ficaria com a iClean. Essa seria a principal fonte de recurso da nossa empresa. O valor dessa taxa seria de 15% do valor total do serviço. Dessa forma, entendemos que teríamos preços competitivos e vantajosos (comparado aos preços praticados pelas empresas de lavagem de roupa). Para que essa taxa seja suficiente para podermos arcar com os custos da empresa e ainda gerar lucro, precisamos de uma certa quantidade de usuários e de parceiros. Portanto, estimamos que o retorno dessa receita deve vir em um curto ou médio prazo.

Pensando em um retorno a longo prazo, considerando o desenvolvimento e estabelecimento da marca como uma referência no mercado, com uma quantidade significativa de usuários (estimamos 5 mil usuários) podemos trabalhar com receitas a partir

de anúncios de empresas de diversos segmentos. A partir dos dados que coletaríamos dos usuários, conseguiríamos trabalhar com marketing direcionado, pois conseguiríamos traçar perfis de usuários. Por exemplo, um homem, que utiliza a iClean semanalmente, cada semana em uma cidade diferente, pode ser identificado com um perfil de “trabalhador viajante”. Talvez esse seja um perfil de usuário que interesse à empresas que apresentam opções de diárias de hotéis ou em quartos para locação em diversas cidades. De forma análoga, conseguiríamos traçar diferentes perfis de usuários e realizarmos marketing direcionado. Neste cenário, acreditamos que a inteligência analítica aplicada aos anúncios pode fazer com que essa receita represente até 30% do faturamento da nossa empresa.

7.Recursos-chave

Os recursos-chave para nossa empresa podem ser resumidos em dois: Tecnologia e Formação da Marca. Entendemos que essas são os principais recursos que precisamos ter e investir inicialmente.

A Tecnologia é primordial para o nosso negócio, pois precisamos dela para o desenvolvimento do aplicativo, um aplicativo simples e inteligente que não de problemas ou transtornos nem para o usuário final e nem para o lavador parceiro, além de servir como um instrumento de coleta de dados que serão utilizados para melhoria do serviço.

Já a Formação da marca é um recurso importante pois precisamos conseguir divulgar nosso produto para os usuários que possuem um perfil mais próximo do usuário que queremos atingir. Ao atingir o público alvo, pensando no fortalecimento da marca, precisamos ter um produto que funcione perfeitamente e atenda às necessidades do usuário, o que reforça a Tecnologia com primordial para o nosso serviço.

8.Atividades-chave

A atividade-chave da empresa está relacionada com a conexão entre os clientes (demanda) e pessoas que possuem recursos físicos (oferta). Atualmente, há uma

disponibilidade grande de eletrodomésticos ociosos e como a atividade em si pode ser fracionada ao longo do dia (flexibilização de horário), há um contingente livre para a realização da atividade.

A empresa então supre essa dificuldade de comunicação entre clientes e prestadores de serviços, integrando-os.

9.Parcerias principais

Como se trata de um negócio digital, com pulverização de clientes distribuídos ao longo do território nacional, não há parcerias previamente estabelecidas no início da operação iClean.

10.Estrutura de custo

Com relação a estrutura de custos do modelo proposto, inicialmente realizaríamos a validação do modelo com o menor custo possível, oferecendo o serviço no “boca a boca”. Feita a etapa de validação, e com resultados positivos, teríamos então o custo para o desenvolvimento do aplicativo (R\$ 9.000,00) e com a divulgação do nosso serviço a partir de marketing digital (R\$ 1.000,00).

Ao pensarmos nos custos recorrentes, considerados como custos de manutenção, consideramos os seguintes custos: custos das exigências legais específicas para esse segmento de mercado - como cadastros na junta comercial, na secretaria da receita federal, secretaria estadual de fazenda - (cerca de R\$ 350,00), custos para a manutenção e desenvolvimento das tecnologias envolvidas, como o aplicativo (R\$ 200,00) e por fim o custo que chamamos de digital, que engloba os custos de servidor (cerca de R\$ 240,00 por ano, o que equivale à R\$ 20,00 por mês) que armazenará o site da empresa e os custos de marketing digital utilizados para a divulgação do nosso produto (R\$ 1.000,00).

Considerando os dados de custos explicados nos parágrafos acima, teríamos então um investimento inicial de cerca de R\$ 10.000,00. Ao sintetizarmos os custos recorrentes, teríamos um custo mensal de cerca de R\$ 1.810,00.

Sendo assim, os custos envolvidos para a manutenção e desenvolvimento do nosso serviço são bastante sustentáveis. Para que nossa empresa não feche o mês 'no vermelho' precisaríamos ter tido uma receita de R\$12.067,00. Ou seja, em um cenário com apenas 13 lavadores parceiros, cada um com um faturamento bruto de R\$ 1.000,00 a empresa já fecharia 'no azul'.

Observação: Assim como na seção de Receitas, não consideramos aqui os valores que serão repassados aos lavadores parceiros. (85% do valor total cobrado pelo serviço).

11.Análise SWOT

Forças

- Aplicativo pioneiro no mercado
- Preços altamente competitivos
- Zero necessidade de capital de giro em estoque, maquinário

Fraquezas

- Dificuldade de padronização do serviço e de embalagens
- Impossibilidade de gerência sobre as operações
- Possíveis processos jurídicos em virtude do ressarcimento de peças avariadas

Oportunidades

- Tendência de compartilhamento de serviços entre usuários (cliente e prestador)
- Elevado número de desempregados no país
- Alto número de *smartphones* entre a população brasileira

Ameaças

- Facilidade de copiar o modelo de negócio (novos concorrentes)
- Condomínios novos nascem com projetos de lavanderias compartilhadas
- Aumento de planos de assinaturas mensais de serviços de lavanderia

12.Considerações finais

A iClean surge como uma opção competitiva em um mercado que apresenta poucos *players*. Com uma proposta inovadora, custo inicial não muito alto e um custo baixo para a manutenção do serviço, a iClean tem o propósito de mudar a forma com que as pessoas lavam roupa, e de quebra, dar autonomia e oportunidade de trabalho para diversos tipos de pessoas, que toparem o desafio de ser um lavador parceiro.

Acreditamos que é possível entregar o serviço de lavagem com alta qualidade e preço justo. A iClean não é apenas uma ideia, mas um projeto iniciado por três empreendedores que estão dispostos a se arriscar e aprender para que essa empresa se torne um grande sucesso!