

<div>Parcerias Principais</div> <div></div> <div><p>Empresas de Transporte Público: Parcerias com empresas de ônibus, metrô e trem para integrar o cartão ao sistema de bilhetagem existente.</p><p>Operadoras de Cartão de Crédito: Colaboração com operadoras de cartão de crédito para emitir o cartão de transporte público como um cartão convencional.</p><p>Bancos e Instituições Financeiras: Parcerias com bancos para fornecer infraestrutura e serviços para emissão e gestão dos cartões.</p><p>Empresas de Tecnologia de Pagamento: Trabalhar com empresas de tecnologia de pagamento para tornar o processo de pagamento rápido e conveniente, por exemplo, através de sistemas de pagamento por aproximação.</p><p>Estabelecimentos Comerciais: Estabelecer parcerias com lojas, restaurantes e postos de gasolina para permitir o uso do cartão de transporte como meio de pagamento.</p><p>Governo e Autoridades de Transporte: Colaborar com o governo e as autoridades de transporte público para desenvolver regulamentações, integrar o sistema de transporte existente e obter apoio financeiro ou subsídios para o projeto.</p></div>	<div>Atividades-Chave</div> <div></div> <div><p>Pesquisa de mercado</p><p>Comunicação</p><p>Suporte de vendas</p><p>Controle de feedbacks</p><p>Verificação de qualidade</p></div>	<div>Proposta de Valor</div> <div></div> <div><p>Nossa startup oferece um serviço inovador e conveniente de pagamento pós-pago para o Bilhete Único, amplamente utilizado no transporte público de São Paulo. A ideia é proporcionar mais flexibilidade e comodidade aos usuários, que não precisarão mais carregar créditos em dinheiro vivo, podendo utilizar o cartão livremente e pagar o valor total de suas despesas de transporte no final do mês. Isso pode beneficiar especialmente aqueles que têm dificuldade em estimar suas necessidades de transporte ou que não possuem disponibilidade financeira para carregar créditos com antecedência. Além disso, o sistema permitirá aos usuários acompanhar suas transações e faturas, o que pode ajudar a gerenciar melhor suas despesas de transporte.</p></div>	<div>Relacionamento com Clientes</div> <div></div> <div><p>O relacionamento que procuramos ter com nossos clientes é buscando obter a confiança e preferência na hora de se locomover em uma grande e movimentada cidade, onde desta forma otimizaria e facilitaria em seus afazeres do dia a dia.</p><p>A startup busca ser vista e conhecida pelos clientes de forma onde seus compromissos são respeitados e sua locomoção é importante, sendo assim facilitando o acesso a compra de bilhetes e a agilidade para todo o processo.</p></div>	<div>Segmentos de Clientes</div> <div></div> <div><p>Nosso segmento de clientes é vasto e diversificado, refletindo a ampla base de usuários do transporte público em São Paulo. Isso inclui estudantes, funcionários de lojas ou empresas, e pessoas de diferentes níveis de renda (especificamente, aqueles com renda mensal de R\$0 a aproximadamente R\$4.000), e de todas as idades (de 6 a 60 anos). Além disso, nosso serviço tem o potencial de atrair usuários que atualmente não utilizam o Bilhete Único devido às limitações do sistema de carregamento antecipado de créditos, bem como aqueles que poderiam se beneficiar de um método de pagamento mais flexível e gerenciável para suas despesas de transporte. Estamos também focados em aumentar a acessibilidade ao transporte público, portanto, nosso alcance demográfico é extenso.</p></div>
<div>Estrutura de Custos</div> <div></div> <div><p>Desenvolvimento do sistema: Custos relacionados ao design, programação e implementação do sistema do cartão de transporte.</p><p>Integração com o sistema de transporte: Investimentos para integrar o cartão ao sistema de transporte público existente.</p><p>Emissão e distribuição de cartões: Custos de produção, personalização e logística dos cartões.</p><p>Infraestrutura de processamento de pagamentos: Investimentos em infraestrutura de processamento de pagamentos para viabilizar as transações.</p><p>Suporte e atendimento ao cliente: Custos relacionados ao suporte e atendimento aos usuários do cartão.</p><p>Marketing e promoção: Investimentos em campanhas de marketing e promoção para impulsionar a adoção do cartão.</p><p>Custos operacionais: Despesas contínuas, como administração, manutenção do sistema e licenciamento.</p></div>	<div>Fontes de Receitas</div> <div></div> <div><p>Venda por uso e assinatura seriam as principais fontes de receita</p></div>			