



 Siga
Saúdável

Time 212

Não é cilada, Bino!



Isabela
UX Designer

@isabelassteffens



Luan
Back-End

@luanloose



Nicole
Front-End

@nicolerizzi115



Leonardo
Business

@soaresleo89

Cenário

Segundo pesquisa da CNT, de 2019,, mais de 45% dos(as) caminhoneiros(as) teve ou já tratou comorbidades como pressão alta, diabetes, problemas cardíacos, estresse e obesidade.

A literatura e divulgação médica frequentemente relaciona esses problemas como fontes causadoras de morte súbita, ataque cardíaco e Acidente Vascular Cerebral.

A mesma pesquisa demonstra que 41,1% dos caminhoneiros também tiveram ou já trataram algum problema nos joelhos, ombros, pernas, braços, coluna e outras Lesões por Esforço Repetitivo (LER).

Alta carga-horária de trabalho, longos períodos longe de casa e condições financeiras ruins contribuem para que os(as) caminhoneiros(as) não consigam cuidar adequadamente da sua saúde.

Além das questões empática e humanitária que sinalizam a necessidade de se olhar para esses(as) profissionais, é importante lembrar que eles(as) são peças-chave para o funcionamento da sociedade e da economia.

Iniciativas como a “Estrada para a Saúde” não têm capilarização suficiente para massificar o engajamento e o compromisso com a saúde por parte do(a) caminhoneiro(a). Em seus momentos de lazer, este(a) profissional prefere ficar com sua família e descansar.

O período ideal para que eles cuidem da sua saúde e qualidade de vida é no seu dia-a-dia, enquanto está trabalhando.

Problema

Como encontrar **espaço para hábitos saudáveis** em uma rotina estressante e sobrecarregada?

E como fazer com que o(a) caminhoneiro(a) **engaje-se** nesses hábitos?

?



Solução

Considerando que:

A gamificação tem se mostrado uma boa estratégia para engajamento do usuário de serviços.

As estratégias de “fidelização” através de sistemas de pontuação por compras, apesar de já comuns no mercado, ainda fazem muito sentido...

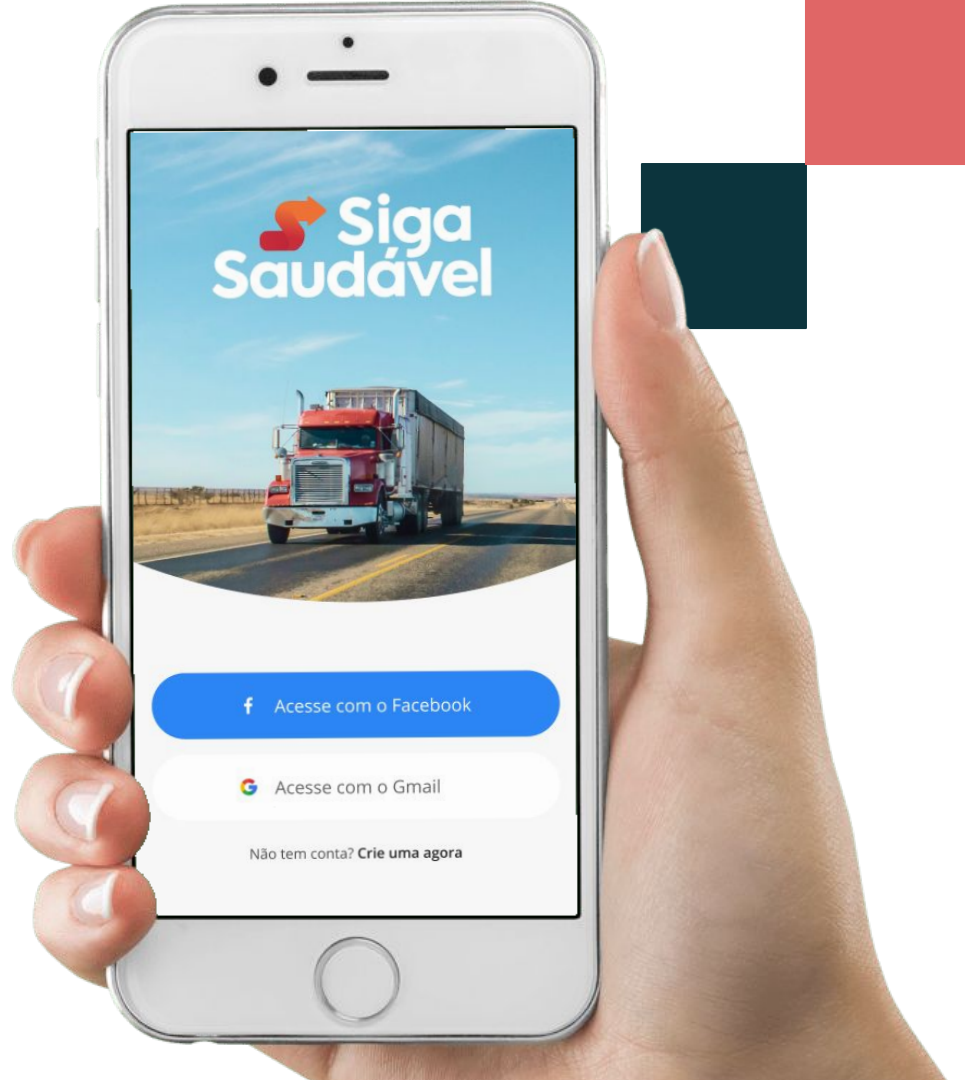


**Let's play a
game?**

Siga Saudável.

Uma plataforma de gamificação que engaja o profissional caminhoneiro em uma rotina saudável, melhorando sua qualidade de vida onde ele mais se encontra:

no trabalho!

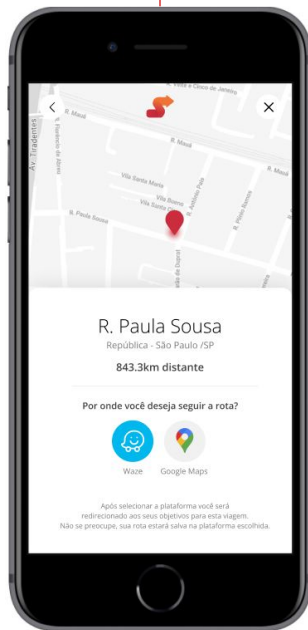


Jornada do Usuário Final: criação da rota e dos objetivos



Primeiro, o usuário fornece o destino final da viagem (local de entrega)

Depois, escolhe através de qual app de geolocalização ele prefere navegar



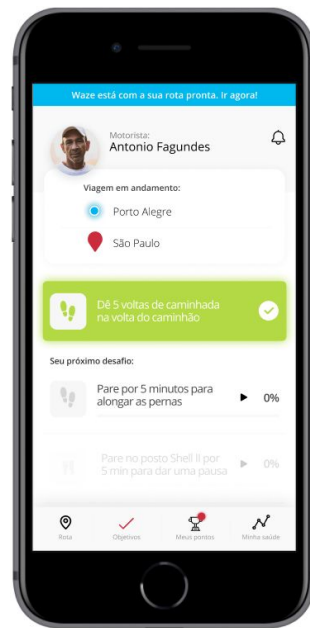
A plataforma gerará a rota com os locais e tempos de parada, e também alguns objetivos *saudáveis* a serem cumpridos pelo usuário

Jornada do Usuário Final: cumprimento de objetivos



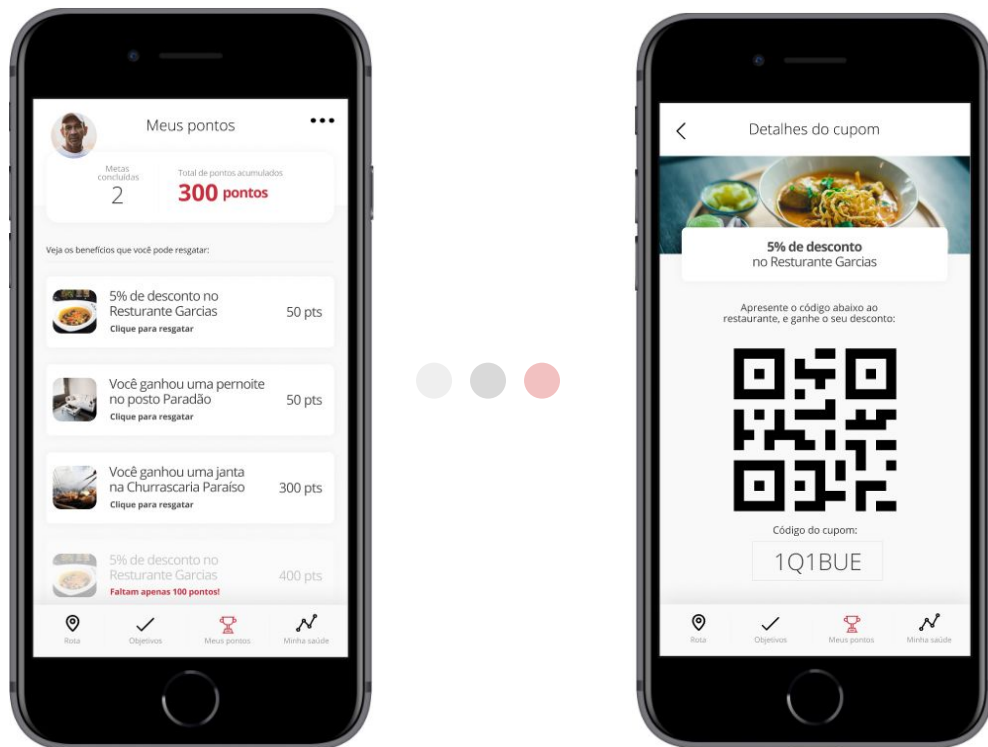
Uma vez gerada a rota e os objetivos, o usuário pode iniciar o trajeto

Ao iniciar a navegação, o sistema iniciará a rota no aplicativo escolhido e enviará *pushs* com instruções rápidas sobre os objetivos



Ao realizar os objetivos, o usuário ganhará pontos que poderão ser trocados por descontos e benefícios

Jornada do Usuário Final: descontos e benefícios



Todos os objetivos terão relação com hábitos saudáveis e recomendados, tais como **exercícios leves, alongamentos, caminhadas, descanso e alimentação nas horas recomendadas.**

A plataforma contará com parceiros comerciais conveniados, e o usuário poderá converter os pontos em descontos e benefícios junto a estes parceiros.

Os pontos também poderão ser usados no pagamento dos pedágios, já que representarão quantidade em dinheiro.



Proposta de Valor

Criar hábitos saudáveis na rotina do(a) profissional caminhoneiro(a) através de gamificação



Público-alvo



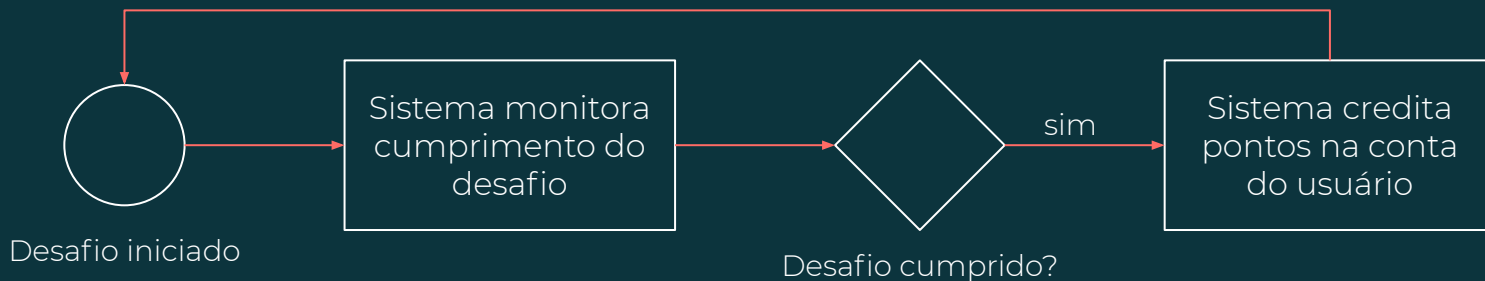
Caminhoneiros(as), autônomos(as) ou não (usuário final)

Estabelecimentos Comerciais e de serviços:

- Postos de combustível
- "Paradouros"
- Restaurantes
- Clínicas particulares
- Lojas de autopeças
- Pousadas e hotéis

Como funciona a geração de pontos?

- Os pontos são gerados a cada vez que o usuário conclui um desafio.
- Os pontos ficam bloqueados até que o usuário complete todos os desafios da rota.

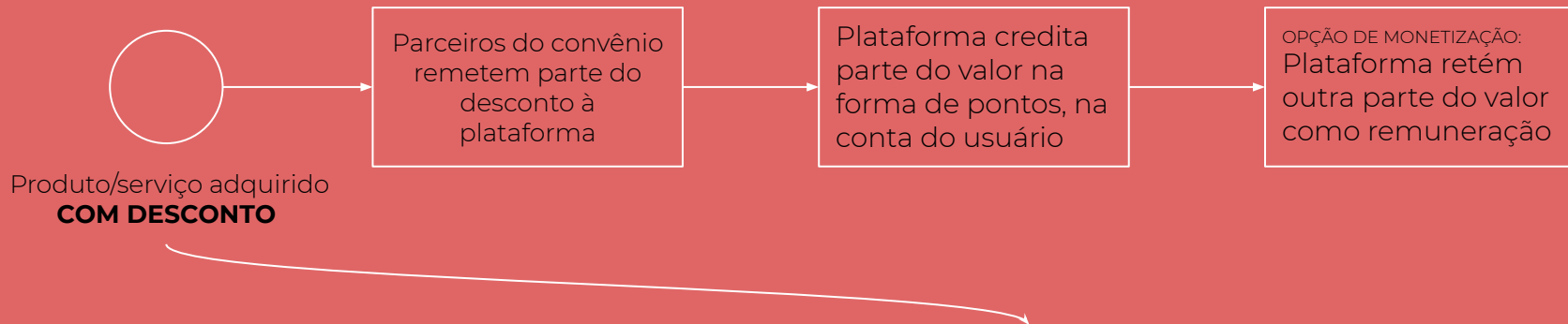


Observação sobre o desbloqueio dos pontos:

- Os desafios da rota sempre envolverão pelo menos uma (1) **aquisição de produto/serviço** dos estabelecimentos conveniados. Esse gatilho garantirá o lastro financeiro da pontuação.
- Caso o usuário não consiga desbloquear os pontos, o sistema contará com a possibilidade de desbloqueio futuro se ele fizer aquisição de produto/serviço nos estabelecimentos conveniados (não necessariamente no mesmo estabelecimento designado jornada original de desafios), uma espécie de função “vidas” do game.

Quem “paga” pelos pontos?

[“lastro monetário” da pontuação]



A necessidade de o usuário adquirir produto/serviço será apresentada na forma de desafios, dentro das rotas de desafio propostas pela plataforma, e também valerá pontos.

Tópicos adicionais do Modelo de Negócios

Atividades-chave



- Captação e administração de convênios
- Gestão de crédito/débito de pontos
- Desenvolvimento de software
- Divulgação

Recursos-chave



- API's geolocalização e motores de busca
- Redes móveis (telefonia/internet)
- Servidor(es)/Banco de dados
- Sinal e aplicativos de GPS

Canais de Distribuição



- Serviço automatizado
- Vínculo de longo prazo

Relacionamento com o Cliente



- Serviço automatizado
- Vínculo de longo prazo

Custos



- Pessoas
- Aquisição/manutenção de API's pagas
- "Aluguel"/aquisição de eventuais servidores/bancos de dados pagos

Considerações sobre viabilidade do modelo

1) **Monetização**

A monetização ocorrerá basicamente através de um maior fluxo de veículos nas rodovias da operadora, gerando maior arrecadação nos pedágios. Como alternativa ou fonte adicional de receita, uma fração do valor repassado pelos parceiros pode ser convertida em caixa pela plataforma.

2) **Escalabilidade**

Com exceção da comercialização de convênios, que possa vir a envolver comissionamento de “vendedores”, a estrutura de custos e despesas é predominantemente fixa. O serviço é executado de forma automática. O acesso por parte do usuário é online, não dependendo de custos de estrutura para atendimento, por exemplo. Considerando os pontos acima, o projeto tem alto potencial de escalabilidade, podendo, inclusive, aumentar a capilaridade de programas já existentes (por exemplo: o Estrada para a Saúde, da CCR).

3) **Viabilidade Mercadológica:**

- A gestão de parcerias é algo que já faz parte da operação das administradoras de rodovias, a exemplo dos sistemas de pagamento automático de pedágio. Sistemas de fidelização baseados em pontos são amplamente adotados e difundidos no mercado, a exemplo dos programas de milhagem e os “cartões fidelidade” de lojas de varejo. A gamificação é uma boa alternativa de estratégia para aumento de engajamento e já está presente em algumas plataformas (a exemplo da Duolingo, plataforma de aprendizagem de idiomas).

4) **Viabilidade Econômico-financeira**

A viabilidade econômico-financeira será melhor analisada após estudo das séries históricas de arrecadação e da previsão de aumento em função da implementação da plataforma. A adoção de fonte de receitas extra através dos repasses dos convênios poderá alavancar as entradas de caixa e antecipar o tempo de payback consideravelmente.

Futuras Implementações



Avaliação de estabelecimentos



Interface GPS própria



Monitor de Saúde



Monitoramento e gamificação da evolução (melhoria de indicadores de saúde) do usuário, com função de upload de exames médicos.



Obrigado.

Tem dúvidas? Chama a gente no discord!
Não é cilada, Bino!

