



Para o Sebrae:

“ Alguns dos fatores que ajudam a manter com sucesso o negócio são o **atendimento** e a **rapidez na entrega da encomenda**. ”



Empreendedor, confira neste Boletim as regiões com mais oportunidades, os produtos que poderão ser mais demandados para entrega rápida após o Mundial de futebol, e as diferenciações para que sua empresa conquiste o mercado.

O legado do Mundial como oportunidade

O legado da Copa do Mundo da FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 influenciam a geração de novas oportunidades para os pequenos negócios do segmento de serviços. Entre elas está o serviço *delivery* em domicílio, ou tele-entrega, nicho em expansão no Brasil. As vantagens desse serviço, proporcionadas aos clientes, são fatores de peso para o aumento da demanda e o crescimento do setor.

/ Fatores que contribuem para o crescimento do delivery



AUMENTO DO PODER AQUISITIVO E CONSUMO DAS CLASSES, PRINCIPALMENTE A 'C'



CRESCIMENTO DA FROTA DE VEÍCULOS, O QUE DIFICULTA A LOCOMOÇÃO DE UM LOCAL PARA OUTRO, SURTINDO O *DELIVERY* COMO SOLUÇÃO PARA ENTREGAS DE ENCOMENDAS RÁPIDAS



RECONHECIMENTO DO VALOR DO SERVIÇO PELO CONSUMIDOR, POR PROPORCIONAR COMODIDADE E RAPIDEZ NO RECEBIMENTO

FONTE: SEBRAE/SC

/ Panorama do mercado delivery

1,2 MILHÃO
DE MOTOBOYS NO BRASIL



200 MIL
SOMENTE EM SÃO PAULO

PROSPECTA-SE O
CRESCIMENTO DE 14,5%
NO SETOR PARA OS
PRÓXIMOS ANOS

FONTES: INFOMONEY, (2012); SBT, (2012); SEBRAE/SC



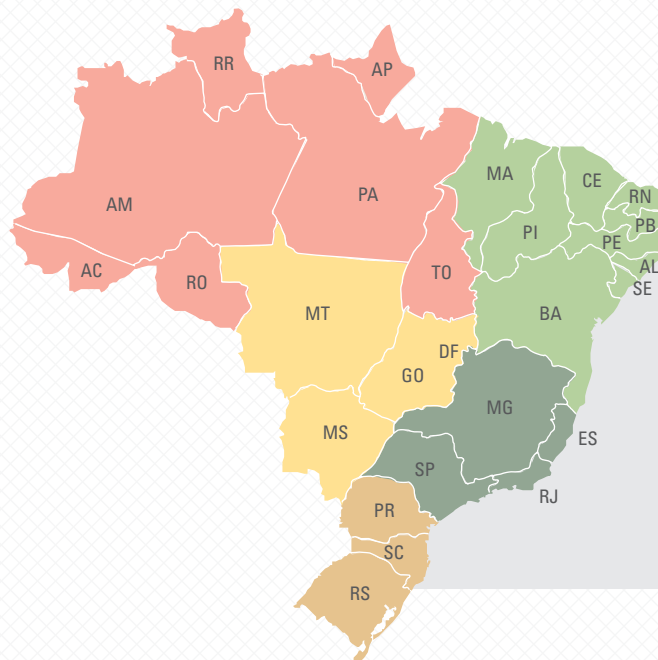
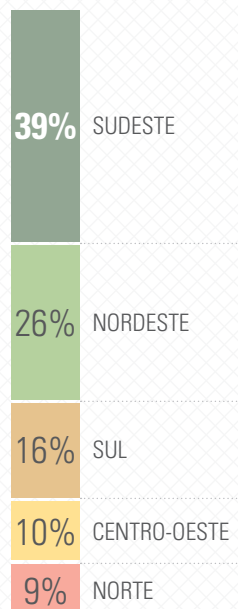
O serviço *delivery* foi utilizado para a entrega dos ingressos da Copa do Mundo da FIFA 2014. Esse é um dos inúmeros produtos que a empresa *delivery* poderá entregar.



Regiões com mais oportunidades

Confira a seguir as regiões do Brasil, vistas com mais oportunidades para pequenos negócios *delivery*.

/ Frota por região



O *DELIVERY* FUNCIONA BEM EM CIDADES DE GRANDES NEGÓCIOS, ONDE A VIDA É MAIS CORRIDA E A LOCOMOÇÃO DE UM LUGAR PARA OUTRO É LENTA, DEVIDO À ENORME FROTA DE VEÍCULOS NAS RUAS.

FONTE: FENABRAVE. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://GOO.GL/FY9DTR](http://goo.gl/fy9dtr)>. ACESSO EM: 22/05/2014.



CIDADES-SEDE	FROTA MOTOCICLETA MARÇO 2014	INDICADOR GERAL DE MOBILIDADE
RIO DE JANEIRO	244.575	7,9
SÃO PAULO	806.249	2
BRASÍLIA	156.585	5,1
PORTO ALEGRE	85.142	3,5
CUIABÁ	75.322	2,4
FORTALEZA	233.095	*
SALVADOR	106.882	4
NATAL	77.573	3,8
MANAUS	125.040	*
BELO HORIZONTE	199.329	4,1
CURITIBA	129.672	7
RECIFE	121.746	*

Das cidades-sede onde ocorreram os jogos da Copa do Mundo FIFA 2014, a que concentra o maior número de motocicletas emplacadas é **São Paulo**, com 806.249, seguida do **Rio de Janeiro**, com 244.575, e **Fortaleza**, com 233.095.

A mobilidade urbana é caracterizada com o que é móvel ou capaz de se movimentar. O maior índice geral de mobilidade urbana (7,9) é na cidade do **Rio de Janeiro**, que deve ser impactada pelo legado do Mundial, tendo um aumento no número de turistas para os próximos anos.

* CIDADES-SEDE QUE NÃO FIZERAM PARTE DO ESTUDO

FONTE: ELABORADO PELO AUTOR, BASEADO NOS DADOS DO DENATRAN, 2014 E MOBILIZE, 2011.



A oportunidade para os serviços *delivery* na cidade do Rio de Janeiro é aproveitar a demanda dos turistas e a boa mobilidade para prestar serviços mais eficientes. Já a cidade que expressou o menor índice geral de mobilidade (2) foi São Paulo.



As estratégias para os serviços *delivery* na cidade de São Paulo podem ser mais acentuadas à logística, prezando pelas rotas e pelo tempo de entrega. Empreendedor, a partir dos exemplos de São Paulo e Rio de Janeiro, analise a realidade da sua região e defina a estratégia que melhor potencializa a qualidade do serviço prestado.

O mercado de serviços *delivery* é diversificado e possibilita ao empreendedor trabalhar em parceria com estabelecimentos de diferentes perfis, desde restaurantes até *pet shops*. Confira a seguir os nichos que apresentam possibilidade de aumento de consumo e, por consequência, na demanda de serviço *delivery*, após a Copa do Mundo da FIFA 2014.

	ALIMENTOS E BEBIDAS	AÇOUQUES E BOUTIQUES DE CARNE, PEIXARIA, PADARIA, LANCHONETE, CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO DE BEBIDAS, HORTIFRUTIGRANJEIROS/QUITANDA*, SUPERMERCADOS, RESTAURANTES, BEBIDAS
	ARTIGOS DE USO PESSOAL	DROGARIAS E FARMÁCIAS DE MANIPULAÇÃO
	MATERIAL DE CONSTRUÇÃO	TINTAS, ARGAMASSAS, PINCÉIS, ENTRE OUTROS
	VEÍCULOS E AUTOPEÇAS	AUTOPEÇAS
	ELETRORRÔNICOS	FOTOGRAFIA E FILMAGEM, PEÇAS E ACESSÓRIOS DE INFORMÁTICA, ELETRORRÔNICO E ELETRORRÔNICOS*
	DECORAÇÃO	ARTIGOS DE DECORAÇÃO DE TORCIDA, OBJETOS DE DECORAÇÃO
	PAPELARIA	DICIONÁRIOS, REVISTAS E MAPAS DE VIAGENS, LIVROS TEMÁTICOS, JORNAIS
	MATERIAL ESPORTIVO	MATERIAL ESPORTIVO DE FUTEBOL
	LAVANDERIA	VESTUÁRIO EM GERAL, CAMA, MESA E BANHO
	PET SHOP	ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO

* PRODUTOS ORGÂNICOS

* ELETRORRÔNICOS EM CONCERTO

FONTE: ELABORADO PELO AUTOR, BASEADO NOS CENÁRIOS E PROJEÇÕES COMÉRCIO VAREJISTA, 2014.

Empreendedor, os nichos citados acima poderão contar com um crescimento de consumo após a Copa do Mundo da FIFA 2014, mas atente-se para a realidade da sua região, atendendo a demanda local e estudando o mercado.

/ O *delivery* de alimentos é também uma grande oportunidade:

Para GS&MD, em portal [Administradores](#):

“ O mercado *delivery* cresce com a mudança de hábitos alimentares dos brasileiros. ”

/ Em notícia publicada no portal [Administradores](#):



59% dos brasileiros

PEDEM COMIDA EM CASA E A PIZZA É A PREFERIDA, SEGUIDA POR COMIDA CHINESA, LANCHES DIVERSOS E COMIDA BRASILEIRA



75%

COMPRAM BEBIDA PARA ACOMPANHAR A REFEIÇÃO





Comunicação: para garantir excelência no serviço é necessário oferecer retaguarda ao motoqueiro, de modo a atendê-lo em emergências. **Dica!** Sistemas de radiocomunicação ou celulares são imprescindíveis.

Manutenção: fundamental que haja manutenção periódica das motos, para que o trabalho não seja interrompido durante o percurso.

Parceria: criar parcerias com postos de gasolina e lojas de autopeças é vantajoso para pequenos negócios. Contar com o auxílio desses estabelecimentos, fundamentais para o funcionamento das motos, é necessário para a não interrupção do serviço.

Parceria II: criar parcerias com outras empresas de *delivery* é uma opção para não deixar de atender a necessidade do cliente, caso a entrega seja solicitada para regiões que fogem do âmbito de entrega do seu negócio.

Futuro: analisar cuidadosamente o ponto de vista do consumidor, em cada solicitação e entrega feita, é uma das maneiras para projetar-se no mercado futuramente, pois o conhecimento adquirido em cada ação fará com que o planejamento seja mais assertivo.

FONTE: SEBRAE/SC



DESDE AGOSTO DE 2012 FOI DETERMINADO PELO DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRÂNSITO (DENATRAN), QUE TODO O PROFISSIONAL *MOTOBOY* PRECISARÁ CURSAR AULAS TEÓRICAS E PRÁTICAS DE 30 HORAS CADA PARA RETIRAR O CERTIFICADO DE CONCLUSÃO EM MOTOFRETISTA. SOMENTE COM ESSE DOCUMENTO EM MÃOS O *MOTOBOY* PODERÁ SOLICITAR UMA SEGUNDA VIA DA CARTEIRA DE HABILITAÇÃO COM A INSCRIÇÃO EM MOTOFRETISTA.

CONFIRA NA ÍNTEGRA A [LEI Nº 12.009](#), DE 29 DE JULHO DE 2009, QUE REGULAMENTA O EXERCÍCIO DAS ATIVIDADES DOS PROFISSIONAIS ENTREGADORES DE MERCADORIAS, ESTABELECENDO REGRAS GERAIS PARA A REGULAÇÃO DESSE SERVIÇO.

/ Categoria de motocicletas:

CITY



SCOOTER/CLUB



TRAIL/FUN



SPORT



NAKED/ROADSTER



CUSTOM



MAXTRAIL



TOURING



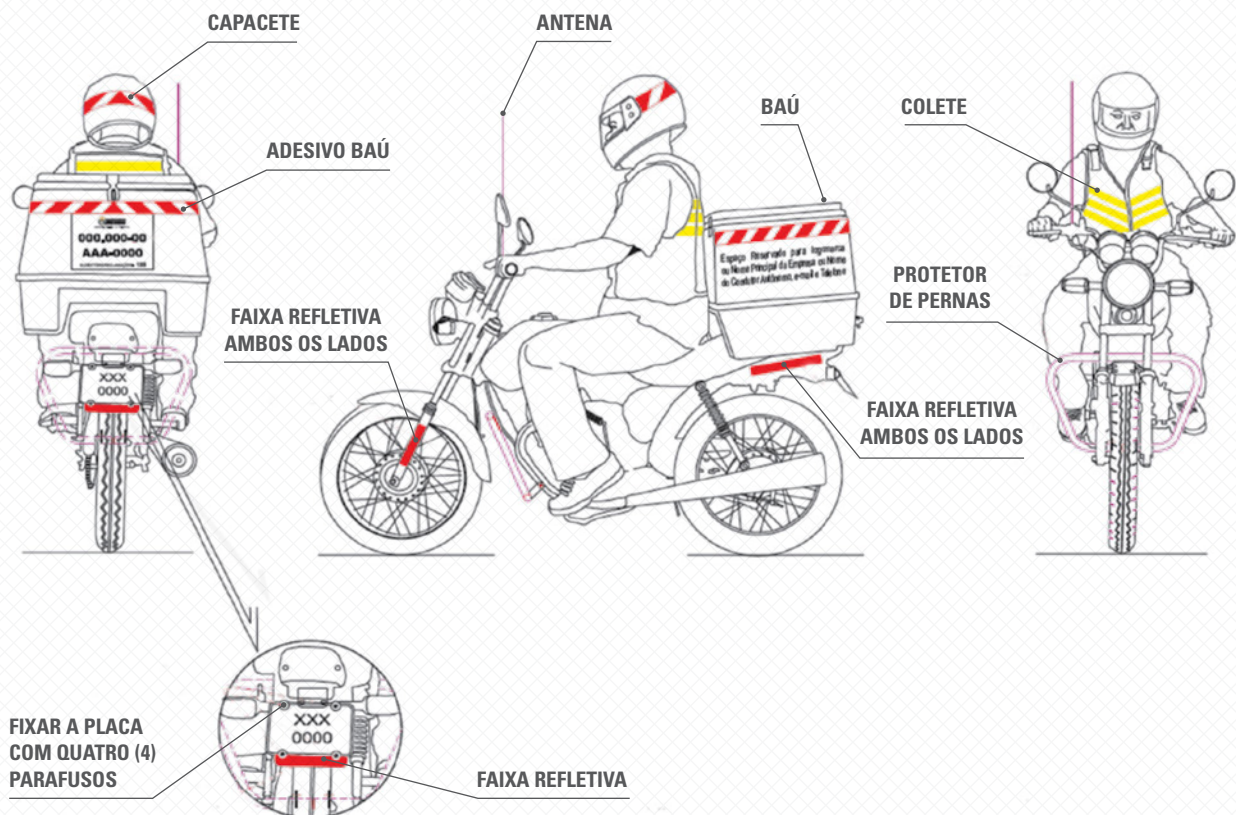
Existem 8 categorias de motocicletas no Brasil, cada uma com sua peculiaridade. A categoria City é caracterizada por motos de pequeno a médio porte. **Dica!** É indicada para curtas distâncias. Já a categoria Trail/Fun é identificada por motocicletas de médio porte, que atingem velocidade considerável. **Dica!** Para encomendas *express* (rápido), recomenda-se o uso de motos dessa categoria (Fenabrave, 2012).

FONTES DAS IMAGENS: MUNDO MOTO, BIKE TRIP, TURISMO 2 RODAS, KAWASAKI, CAR FROM FIRE, SILODROME, MOTOS BLOG, BLOG DUAS RODAS. ACESSO EM: 07 DE JULHO DE 2014.



Empreendedor, analise cuidadosamente as categorias existentes no mercado brasileiro, pois cada uma apresenta características e finalidades distintas. Veja qual se adequa ao orçamento da sua empresa e o objetivo do *delivery*.

Conforme especificações determinadas pelo Denatran, as motos utilizadas para *delivery* devem ser adaptadas com: protetores de pernas, antenas corta linhas, faixas refletivas vermelhas no garfo da moto, nas laterais, no baú e logo abaixo da placa. As faixas refletivas devem aparecer no capacete e no colete.



FONTE: DENATRAN. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://GOO.GL/9T3NVV](http://goo.gl/9T3NVV)>. ACESSO EM: 22 DE MAIO DE 2014.

 PARA MAIS INFORMAÇÕES SOBRE AS ESPECIFICAÇÕES NECESSÁRIAS PARA REGULAMENTAR O MOTOFRETISTA E AS EMPRESAS PRESTADORAS DESSE SERVIÇO, CONFIRA NA ÍNTEGRA O [MANUAL DE REGULAMENTAÇÃO DO MOTOFRETE E EMPRESAS CONTRATANTES](#).



ATENDIMENTO

As empresas que elevam a qualidade da prestação de serviço passam a ser mais competitivas no mercado, pois o bom atendimento conquista e fideliza o cliente. A equipe que terá contato direto com o cliente deve seguir requisitos básicos para um bom atendimento: conhecer (empresa), falar (claro e objetivamente), ouvir (compreender o cliente) e perceber (a cada perfil de cliente, um tratamento individual). Para mais informações sobre como melhorar o atendimento, consulte o curso [AC – Atendimento ao Cliente](#), destinado a empresários e profissionais de atendimento.



PRAZO

O *delivery* deve ser eficiente na entrega. Cumprir o prazo estabelecido entre cliente e empresa é fator decisivo para fidelizá-lo. **Estabeleça um prazo passível de ser cumprido.** Os clientes *delivery* buscam rapidez e segurança no transporte do produto, portanto, acompanhe no portal [Mobilize](#) a situação da mobilidade das principais capitais do Brasil.



MEIOS DE PAGAMENTO

São utilizados como soluções específicas que atendem a necessidade e preferência do consumidor, no ato da compra pelo produto ou serviço. Dica: oferecer variados meios de pagamento amplia as vendas, bem como permite à empresa controlar o fluxo de caixa de forma mais efetiva. Confira na Resposta Técnica [Meios de pagamento: o diferencial para seu negócio de serviços](#), como a adoção dos meios de pagamentos trarão vantagens para o negócio, as principais bandeiras de cartão de crédito utilizadas no Brasil e as inovações desse mercado.



HORÁRIO FLEXÍVEL

Oferecer serviços *delivery* em horário alternativo, não comercial, é vantajoso para empresas ampliarem a cartela de clientes, atendendo a demanda de quem deixa para resolver pendências pessoais no fim do expediente ou de madrugada. **Fique atento**, porém, aos custos adicionais que isso pode gerar à sua empresa.



MARKETING

A divulgação é fator fundamental para o sucesso do negócio. O preço precisa ser competitivo, a distribuição e comunicação efetiva, e o serviço prestado de qualidade. Para negócios *delivery*, **o tipo de divulgação que mais funciona é por meio do boca-a-boca**. Portanto, preocupar-se com a qualidade do serviço prestado é fator primordial para o sucesso da empresa. Como dica, consulte a ferramenta [Click Marketing](#), ideal para direcionar o seu negócio para o crescimento.

DELIVERY ON-LINE

Por meio de plataformas digitais, ou aplicativos, é possível solicitar serviços *delivery*. A vantagem está em torno das informações concentrarem-se em único um local, o que otimiza o tempo do cliente, proporcionando espaço adequado para a compra do serviço. **Prospecta-se que até 2015 o crescimento será de 100% nesse setor**. E a intenção dos consumidores em comprar alimentos e bebidas por meio *on-line* aumentou 44% nos dois últimos anos. Portanto, busque a inovação no serviço *delivery*. Os hábitos de consumo dos brasileiros estão mudando. Antecipe-se frente aos seus concorrentes. Como dica, conte com o auxílio do [Sebraetec](#). Inovar no seu negócio pode ser simples.



Empreendedor,
o importante é aproveitar
o legado da Copa do Mundo da
FIFA 2014 como um agente de mu-
dança que promova transforma-
ções e inovações aproveitá-
veis para sua empresa.



Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!

 **PARTICIPAR**

SEBRAE SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões
Diretor-Presidente: Luiz Barretto | Diretor-Técnico: Carlos Alberto dos Santos
Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos | Fotos: banco de imagens

UAMSF – Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
UACS – Unidade de Atendimento Coletivo - Serviços
Conteúdo: Natan Amboni de Souza

WWW.SEBRAE2014.COM.BR

FACEBOOK.COM/SEBRAE2014



TWITTER.COM/SEBRAE_2014

