

1. Análise de segmentos por estilo tecnológico

Essa técnica busca a identificação de subconjuntos de indivíduos com características semelhantes, sejam elas comportamentais, atitudinais ou transacionais. Utiliza métodos estatísticos que buscam formar grupos que tenham características parecidas internamente e distintas entre os grupos, possibilitando analisar o perfil de cada grupo e tomar decisões mais focadas.

Neste estudo, chegamos a 6 perfis de usuários, divididos em 3 grupos (líderes, seguidores e reticentes). Esta estratificação busca ajudar a entender quais perfis estão mais preparados para as mudanças, que vão requerer maior esforço de comunicação e quem pode ser mais resistente a adesão de pagamento de pedágio com cartão por aproximação.

1.1. LÍDERES

O primeiro grupo, de líderes, pode ser separado em 2 subgrupos, os desbravadores e os moderados.

1.1.1. O Desbravador

Este grupo é composto por 17% da amostra. Ele já mira no *free flow*. Esse é o perfil que gosta de tecnologia e de buscar pelas novidades.

É o segundo mais jovem, o mais escolarizado, mais pertencente às classes AB. Quanto aos meios de pagamento, é o que mais tem cartão *contactless* e o que mais prefere meios de pagamento digitais para o dia a dia. Com relação ao pagamento de pedágio, ele é um dos que mais tem tag (79%).

Prioriza agilidade, facilidade e conveniência. Se o *contactless* conseguir passar uma experiência que seja pelo menos intermediária entre o papel moeda e tag, pode ser que vire uma opção. É no que ele aposta.

Ele tem potencial de ser um grande influenciador, por já ser uma referência para amigos e familiares quando se trata de tecnologia.

É o que mais vai aderir ao FreeFlow quando for uma realidade (81%) e o segundo a passar a usar o contactless (40%).

1.1.2. O Moderado

Este grupo representa 14% dos usuários. É o terceiro em aderência a novas tecnologias.

Ele tem menos cartão por aproximação que os outros segmentos, por isto prefere o cartão de inserir, caso possa escolher um meio de pagamento. Também usa tag e dinheiro.

É um dos que mais usa as rodovias estritamente durante a semana.

Tem uma participação expressiva de mulheres quando comparado aos outros.

Se destaca pela presença de usuários de classe C.

Mesmo tendo menos cartões por aproximação é o que apresenta a maior adesão a este meio de pagamento (50%), caso já estivesse disponível. Coerentemente é o mais o usou para pagar até hoje. E o terceiro maior em aderência ao *free flow* (69%).

1.2. SEGUIDORES

O segundo grande grupo, de seguidores, é composto por 2 subgrupos, os práticos e em transição.

1.2.1. O Prático

Este é o menor segmento, concentrando 11% da amostra. Embora pouco tecnológico é o que está a procura de modernidade para facilitação de sua atividade profissional e pessoal.

É o grupo majoritariamente de motoristas de veículos comerciais, predominantemente, caminhões e pertencentes a classe média e média baixa.

Por fazer das rodovias como seus escritórios, as utilizam com maior frequência durante a semana, a trabalho. Seu meio de pagamento é a tag, pela conveniência, praticidade e até por determinação das empresas contratantes.

Como tudo gira em torno da tag, sua adesão ao cartão deve ser baixa (27%). Está entre os três que menos vão aderir ao *free flow* (64%).

1.2.2. Em Transição

Este grupo concentra 19% da amostra. É o segmento mais feminino e o mais jovem. Em relação a tecnologia está em transição com tendência a aumentar o uso.

O integrante deste grupo parece ser um usuário típico no uso de meios de pagamento e suas preferências. A tag é usada frequentemente, mas o dinheiro não foi abandonado.

Entre os grupo é o terceiro em aderência ao *contactless* (35%) e o segundo que mais vai aderir ao *free flow* (78%).

1.3. RETICENTES

O último grupo, de reticentes, é composto por 2 subgrupos, os conservadores e os ingênuos.

1.3.1. O Conservador

Este grupo é composto por 22% da amostra. Usa muito a estrada, é heavy user, durante toda a semana, dias úteis e finais de semana.

Está no meio termo quando se trata de tecnologia. Apesar de preferir o pagamento com dinheiro ele concorda que o *contactless* não deve encarecer o pedágio. Assim ele se encontra em um meio termo entre o uso do dinheiro e de recursos mais tecnológicos. É conservador, sua adesão tanto ao cartão por aproximação como ao *free flow* é baixa (26% e 49% respectivamente).

1.3.2. O Ingênuo

Este grupo é composto por 17% dos usuários. Dos seis perfis, esse é o menos escolarizado (52% até Médio Incompleto), o mais velho (50% de 50 anos ou mais) e o que mais pertence às classes CDE.

Tem medo de ser enganado e se agarra naquilo que lhe é familiar e seguro: o papel moeda. Isso não quer dizer que ele não tenha cartão de crédito/débito: 91% possuem e metade deles são *contactless*.

Só que pagar com papel moeda ainda é a sua forma preferida para as compras cotidianas. Essa escolha pode ser pelo medo de ser enganado. Ele desconfia de novos meios de pagamento, não sente segurança.

Essa desconfiança não para nos meios de pagamento, ela repercute também na relação com a tecnologia: é o menos tecnológico dos seis. Sobre redes sociais, centra seu uso no WhatsApp e Facebook.

É o grupo que menos intenciona aderir aos meios de pagamento: *contactless* (20%) e *free flow* (46%).

1.4. CONCLUSÕES

Com o entendimento adicional dos perfis de usuários, temos que o caminho natural dos usuários que utilizam dinheiro será migrar para o pagamento com cartão, mas uma pequena parte será bastante resistente (17% - ingênuos).

Por esta razão, inicialmente é recomendável ter praças de pedágio multimodais: cartão, tag e dinheiro.

O *free flow* é o futuro de fato, mas sua implantação deve ser no longo prazo, para poder educar os usuários e prepará-los para esse futuro, para que eles não se tornem uma grande barreira por falta de maturidade.

É importante focar inicialmente nos grupos **líderes**:

- ▣ O Desbravador = 17%
- ▣ O Moderado = 14%

São eles a quem os familiares e amigos procuram antes de adotar novas práticas tecnológicas. Eles devem ser os influenciadores dos usuários seguidores para o cartão por aproximação.

Seguidores constituídos pelos grupos:

- ▣ O Prático = 11%
- ▣ Em Transição = 19%

Estes segmentos pelo momento que estão vivendo e pela procura por tudo que facilite seu dia a dia vão observar o que está dando certo antes de passar a usar.

Ainda distantes, os **reticentes** fogem a tendências de uso de novas tecnologias em geral.

São eles:

- ▣ O Conservador = 22%
- ▣ O Ingênuo = 17%