

# OFICINA DIRECIONADORA DE DESAFIOS

## Abordagem de P.E.



# FUTURO DA MOBILIDADE

## uma perspectiva integrada

**Ver uma cidade do alto** é como observar um mundo em movimento. Trens levam pessoas de e para o trabalho; táxis circulam em padrões abstratos; caminhões entregam produtos e levam o lixo embora; pedestres deslocam-se por entre os quarteirões; ciclistas andam em ziguezague pelo tráfego. **MOBILIDADE** é o sangue que corre nas veias da nossa cidade...e é essencial para a vida urbana.

# FUTURO DA MOBILIDADE

## tendências tecnológicas que afetam a mobilidade



O preço médio das baterias de lítio utilizadas em **Veículos Elétricos** despencaram 65% entre 2010 e 2015



**Conectividade e IoT:** o crescente desenvolvimento dos 3 pilares (sensores, rede, capacidade computacional) tende a aliviar os fluxos de tráfego



A **Mobilidade Compartilhada** percebeu rápido crescimento e já atuam em paralelo com táxis, além de competir com o transporte público e posse de veículos



Modelos matemáticos projetam **Urbanização** de 95% da população em até 30 anos, todos demandando serviços de mobilidade



**Carros Autônomos** completos – nível 4 de capacidade de direção – estarão disponíveis em 2020, pois são desenvolvidos na velocidade da TI



Descentralização da geração e distribuição de energia permite a implantação e expansão a baixo custo de modelos limpos de transporte

# Uma faca de dois gumes?



Hoje, o impacto da mobilidade compartilhada no transporte público parece ser positiva...

Porém, estudos indicam que há evidências de que o público que utiliza **carros compartilhados** utiliza o transporte público **40% a mais** do que pessoas que não compartilham seus veículos.

Quanto mais as pessoas utilizam modalidades de **mobilidade compartilhada**, mais propensas estão a utilizar o transporte público.

# McKinsey's Automotive Revolution – perspective towards 2030

In some locations, shared mobility could fulfill first- and last-mile needs – connecting homes with the public transport network – or it could replace less utilized routes. In other locations, the speed and reliability of traveling by public transit, particularly rail, may offer an unrivaled service compared with driving

# McKinsey's Automotive Revolution – perspective towards 2030

“densidade populacional e renda indicarão o modelo de mobilidade a ser adotado por cada cidade”



Sistema “Clean and Shared”, aplicável a *área densas e de baixa renda*, onde rápida urbanização causa problemas de congestionamento e tráfego. Urgente mudança para transporte “verde” e otimização da *mobilidade compartilhada junto ao transporte público*.



Modelo de “Autonomia Privada”, mais comum em áreas *periféricas de alta renda*, onde o veículo privado continua sendo um elemento central. *Autonomia e eletrificação* são os termos de ordem desse modelo permitindo a mobilidade de “não-motoristas”.



Modelo de “Mobilidade Integrada”, para áreas *metropolitanas densas e de alta renda*, nas quais as tendências de autonomia, eletrificação e compartilhamento estão avançando rapidamente. Sistema estável buscando *serviço multimodal*, sob demanda, de porta a porta.

Fleet of shared AVs fulfills first and last mile needs

No traffic control at intersections

Mass public transit forms the backbone of the mobility system

Fast public charging

Mobility as a service via an integrated platform

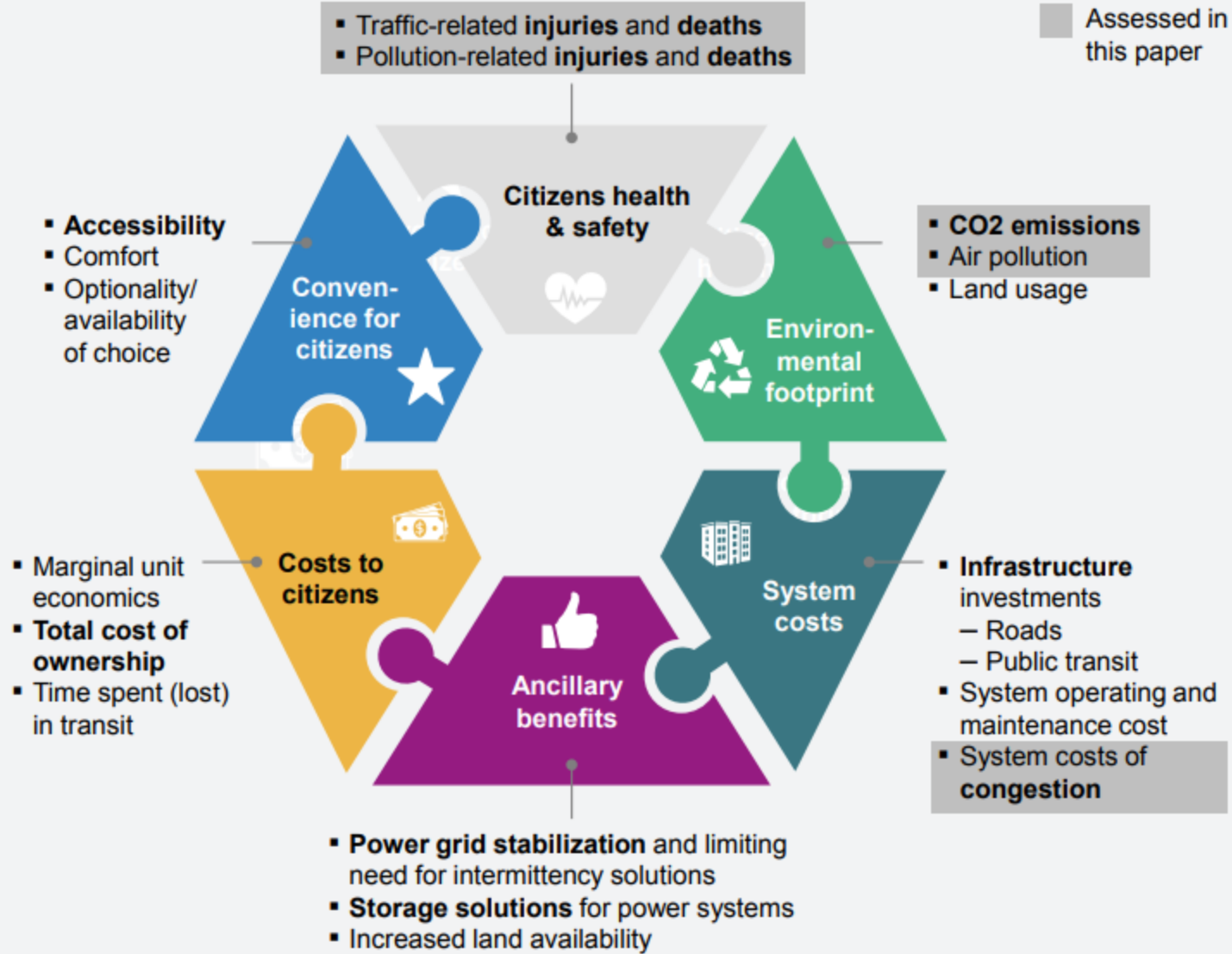


V2V and V2I communication

Low emission zones

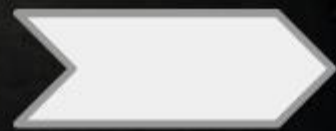
Parking spaces converted into public green, walking & cycling





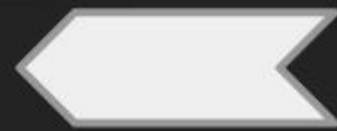


**SOCIEDADE  
DIGITAL**



**ALTERA**

**PADRÃO DE  
CONSUMO**



**ENTENDEM**

**EMPRESAS  
E SERVIÇOS**



# 6 GUIDELINES



Boas perguntas são fonte de inspiração



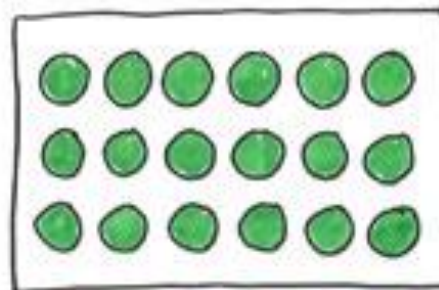
Compartilhe ideias abertamente!



Escreva as ideias para não perdê-las



Conecte e construa ao invés de analisar e descartar



Você terá sua chance de opinar sobre o que considera mais interessante



Divirta-se!

# Abordagem Top-Down

SENAI

*propósitos geram  
engajamento*



SIMON SINEK – GOLDEN CIRCLE

# DREAMSPACE

**MAGAZINE COVER**

**BIG HEADLINES**  
The big headlines about your business

**THE INTERVIEW**  
The in-depth interview about your business

**THE BOTTOM LINE**  
What does the finance section say?

**QUOTES**  
Some great quotes to go with your article

@

#HASHTAGS

@

TWEETS

INSTAGRAM PICTURES

HOJE VAMOS USAR  
UMA DAS "TECNOLOGIAS" MAIS ANTIGAS DA HUMANIDADE,  
O DIÁLOGO.

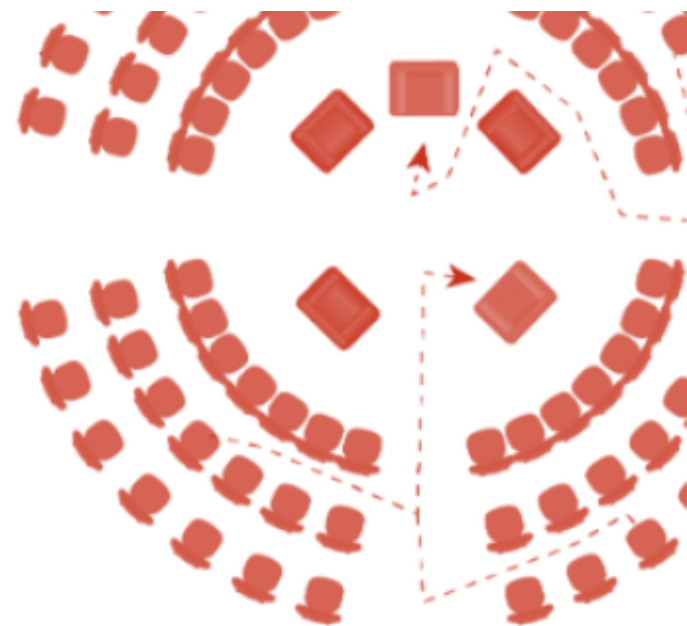


# FISHBOWL

É um formato de discussão em grupo que promove o diálogo e a troca de experiência entre os participantes da sessão e permite que todos tenham as mesmas chances de opinar e expressar seus pontos de vista.

## REGRAS

1. só pode falar quem está sentado no meio da roda
2. deve ter sempre uma cadeira vazia no centro
3. se alguém se sentar na última cadeira vazia, alguém sentado no centro e que já tenha falado deve se levantar
4. a conversa deve ser sobre uma questão direcionadora



**FISHBOWL**



QUAIS DESAFIOS E  
OPORTUNIDADES  
ESSE NOVO  
CENÁRIO TRAZ  
PARA A CPTM?



# Abordagem Bottom- Up

Mercados & Serviços

Novas demandas e mercados

Exploração de novos mercados

# TRANSFORMACIONAL

Desenvolver inovações *breakthroughs* e inventar coisas para mercados ainda não existentes

Demandas existentes, Mercados ainda não endereçados

Crescimento Adjacente

## ADJACÊNCIAS

Expandir a partir do negócio existente para negócios “novos para a empresa”

Demandas existentes, Mercados atendidos

## CORE

Melhorias, extensões de linhas de atuação, variantes, redução de custo

Serviços de nova geração para o mercado atual

Exploração com novas tecnologias

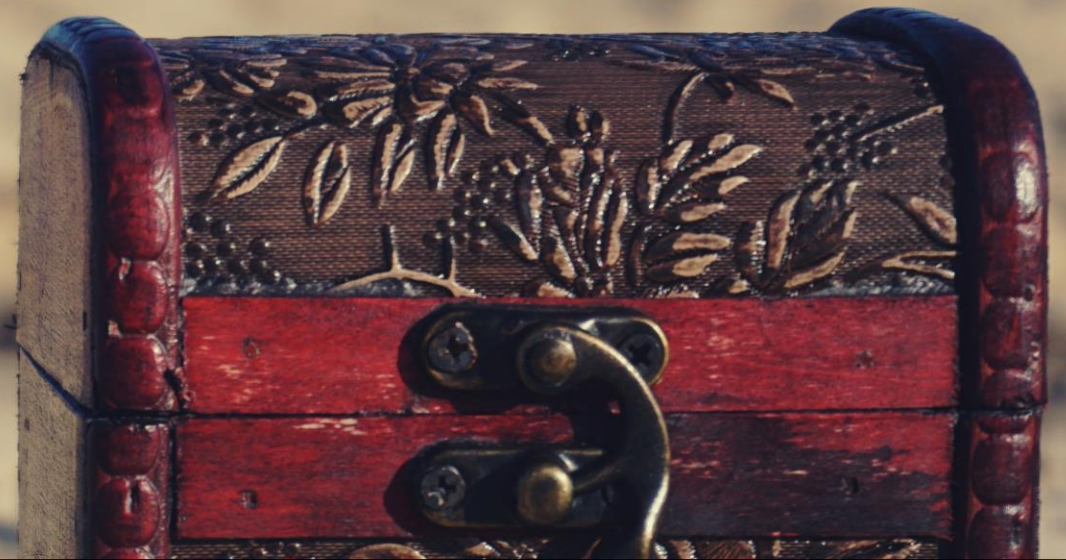
Capacidades existentes e em uso

Capacidades existentes e ainda não utilizadas

Novas capacidades

Produtos & Ativos

# Nossos Principais Ativos



# QUAIS OS NOSSOS PRINCIPAIS TESOUROS?

TRABALHAR NOS PONTOS FORTES É UMA FONTE DE VITÓRIAS RÁPIDAS

**V** ALIOSO

**R** ARO

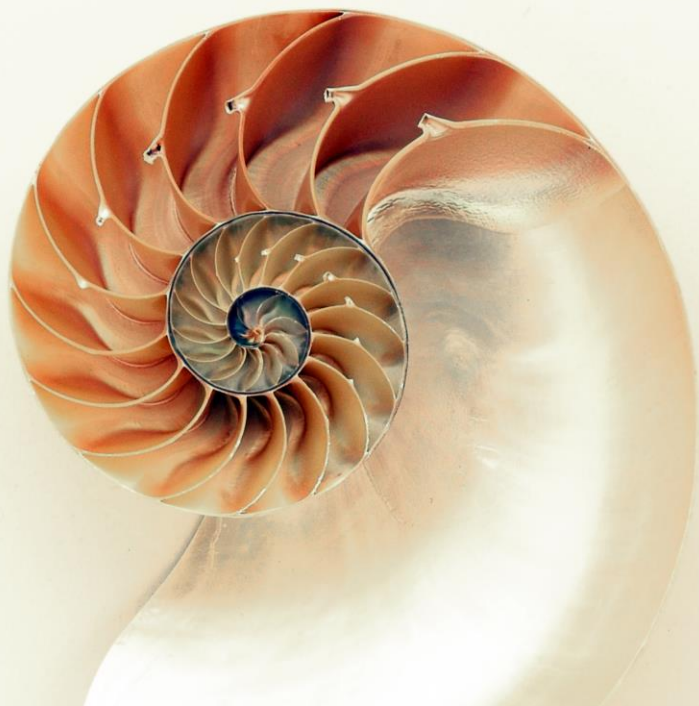
**I** MITAR

**O** RGANIZADO

OUTUBRO 2019



**QUAIS RECURSOS E COMPETÊNCIAS VALIOSAS A  
CPTM POSSUI?**



**QUAIS SÃO RAROS?**

OUTUBRO 2019



**QUAIS SÃO DIFÍCEIS DE IMITAR?**



- 1. QUANTO ESTAMOS ORGANIZADOS PARA EXPLORAR ESSES RECURSOS?**
- 2. COMO PODEMOS BLINDA-LOS?**
- 3. QUE OUTRAS OPORTUNIDADES PODEMOS EXPLORAR COM BASE NELES?**





**VALIOSOS**  
[ PARIDADE  
COMPETITIVA ]

**RAROS**  
[ VANTAGEM  
COMPETITIVA  
TEMPORÁRIA ]

**DIFÍCIL DE  
IMITAR**  
[ VANTAGEM  
COMPETITIVA  
SUBTILIZADA ]

**ESTAMOS  
ORGANIZADOS**  
PARA UTILIZÁ-LOS  
[ VANTAGEM  
COMPETITIVA  
DE LONGO PRAZO ]



Mercados & Serviços

Novas demandas e mercados

Exploração de novos mercados

# TRANSFORMACIONAL

Desenvolver inovações *breakthroughs* e inventar coisas para mercados ainda não existentes

Demandas existentes, Mercados ainda não endereçados

Crescimento Adjacente

## ADJACÊNCIAS

Expandir a partir do negócio existente para negócios “novos para a empresa”

Demandas existentes, Mercados atendidos

## CORE

Melhorias, extensões de linhas de atuação, variantes, redução de custo

Serviços de nova geração para o mercado atual

Exploração com novas tecnologias

Capacidades existentes e em uso

Capacidades existentes e ainda não utilizadas

Novas capacidades

Produtos & Ativos

# Tomando Decisões

SENAI

Vision	<b>Transforming society through the provision of ultra-high speed mobile information services</b>		
Mission	The number one provider of ultra-high speed mobile information networks across the United Kingdom and Europe		
Strategic Priorities	<b>Content Partnerships</b>	<b>Customer Service</b>	<b>Brand Awareness</b>
Strategic Results	Strong supply chain for content and information services, exclusive agreements	Clarity in offering that surpasses anything in the market today, best user interface	Reinvigorated brand based on successes, attract a wider and younger audience

	Strategic Objectives	Measures	Targets	Projects/Notes
Financial		<ul style="list-style-type: none"> <li>Net profit</li> <li>Operating costs</li> <li>Revenue in target markets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↑ 5% per year</li> <li>↓ 3% per year</li> <li>↑ 12% per year</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implement new financial accounting system</li> <li>Simplify billing operations</li> </ul>
Customer		<ul style="list-style-type: none"> <li>% Market share index</li> <li>% Customer satisfaction index</li> <li>% Focus group user index</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↑ 3% per year</li> <li>85% this year</li> <li>&gt; 90% each focus session</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competitive end user requirements market studies for new UK regions</li> <li>“Improve the Offering” two year programme</li> </ul>
Internal Processes		<ul style="list-style-type: none"> <li>New products as % of sales</li> <li>Brand awareness score</li> <li>Cost efficiency index</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>12% this year</li> <li>↑ 5% per year</li> <li>&gt; 90% every reporting period</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Create improved offering selection process</li> <li>Hook into ‘Improve the Offering’ programme</li> <li>Training programme for new offerings and user interface</li> </ul>
Organisational Capacity		<ul style="list-style-type: none"> <li>Employee development plans</li> <li>Technology training index</li> <li>Supply chain efficiency index</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>95% in place</li> <li>90% efficient</li> <li>95%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Product and marketing training programme</li> <li>2 year content supply agreements</li> <li>Technology improvement programme</li> </ul>
<b>Customer Focus - Integrity - Quality - Helpfulness - Community - Efficiency</b>				

**OBRIGADO!**

