



Plano de negócios

Índice

Plano de negócio	3
Análise de Mercado	3
Plano de marketing	5
Ramp-up	5
Formação de embaixadores	5
Estabelecimento	5
Orgânico	6
Plano operacional	6
Equipe central	6
Ramp-up operacional	6
Estabelecimento	6
Plano Financeiro	7
Investimento Inicial	7
Preparação de equipe	7
Desenvolvimento de plataforma	7
Impulso inicial da plataforma	7
Custo recorrente	7
Retorno Financeiro	8
Precificação	8
Projeção de retorno	8
Potencial investidor e modelo social de investimento	9
Análise Estratégica	9
Roadmap futuro	11
Referências	12

Plano de negócio

O VIZI é uma forma de responder à pandemia atual e ainda fortalecer o pequeno empreendedor local.

Seguindo a tendência de “consumo local” que é vista em diversas regiões e considerando que os “pequenos empreendedores” muitas vezes não tem reservas ou acesso à **ferramentas financeiras** que poderiam garantir seu fluxo de caixa (e muitas vezes suas sobrevivência) a intenção é garantir que o consumo se mantenha estável, ou próximo disso, em período em que a circulação esteja reduzida, auxiliando na divulgação dos serviços destes pequenos empreendedores e, possivelmente, garantindo uma maior exposição e uma rede mais consolidada de clientes após este período.

Este tipo de ação é crucial para a economia como um todo já que as microempresas, conforme dados do SEBRAE, respondem por **52% dos empregos formais**.

Outro aspecto importante da nossa plataforma é garantir, por meio de controles e configurações muito simples, o acesso ao **canal digital de vendas** para estes negócios que viviam até o momento uma “realidade analógica”. Esta transformação digital pode ser muito complexa e além da capacidade do pequeno estabelecimento que poderia terminar por extingui-lo dado que uma campanha mal feita pode ter custo elevado.

Análise de Mercado

Conforme publicado no portal do empreendedor, em 2019, no Brasil havia um total aproximado de 8.1MM de Microempreendedores Individuais (MEIs) – estes pequenos empreendedores exercem atividades “mais simples” e tem limite de faturamento mensal de R\$6.750,00.

As pequenas empresas são o segundo tipo de público-alvo – dos 6.4 MM de estabelecimentos do país, **99% são Micro Empresas**.

Além disso, de acordo com o IBGE, o índice de **informalidade** atingiu um patamar recorde em 2020 com um total de **41,4% da força de trabalho** – o que totaliza aproximadamente 38.4MM de pessoas.

Isto posto, temos que o **mercado total endereçável inicial**, englobando as MEIs e MEs seria de mais de **14 MM de estabelecimentos**.

Para este mercado listamos alguns atrativos de nossa plataforma:

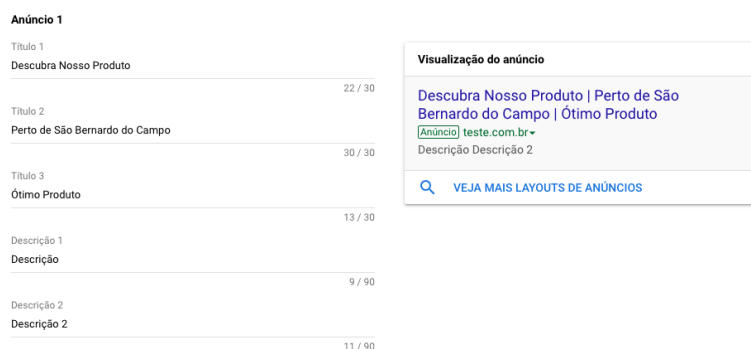
- Simplicidade
- Custo
 - Alcance
 - Fidelização
- Burocracia
- Controle

Atualmente as ferramentas disponíveis para o comércio digital apresentam um nível de complexidade muito alta se considerarmos que quase 30% dos MEIs não completou o ensino médio conforme aponta o DATASEBRAE.

Como exemplo utilizamos uma conta de um comércio do setor de “Alimentos e Bebidas” que justamente começou operar de forma digital por conta da pandemia.

A configuração da conta tomou, conforme relato, um dia todo e passou por diversos links e passos diferentes, mas nosso foco aqui, a propaganda digital, é que será usada para exemplo.

A configuração de uma campanha é relativamente simples com alguns campos por preencher:



Anúncio 1

Título 1
Descubra Nosso Produto 22 / 30

Título 2
Perto de São Bernardo do Campo 30 / 30

Título 3
Ótimo Produto 13 / 30

Descrição 1
Descrição 9 / 90

Descrição 2
Descrição 2 11 / 90

Visualização do anúncio

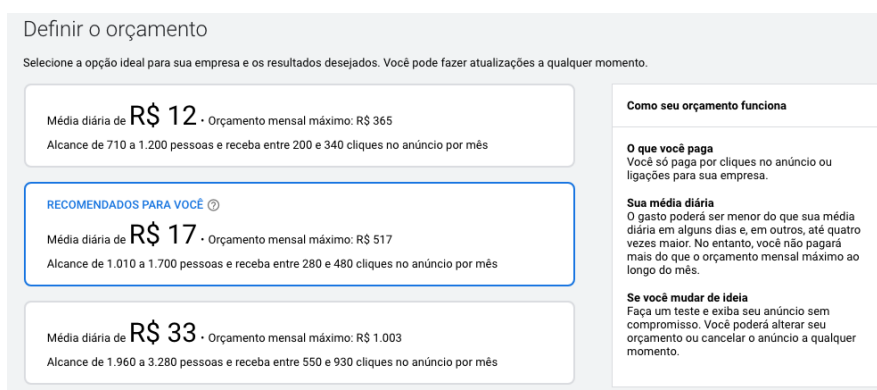
Descubra Nosso Produto | Perto de São Bernardo do Campo | Ótimo Produto

[Anúncio] teste.com.br

Descrição Descrição 2

VEJA MAIS LAYOUTS DE ANÚNCIOS

Não há clareza sobre como funciona o orçamento:



Definir o orçamento

Selecione a opção ideal para sua empresa e os resultados desejados. Você pode fazer atualizações a qualquer momento.

Média diária de **R\$ 12** • Orçamento mensal máximo: R\$ 365
Alcance de 710 a 1.200 pessoas e receba entre 200 e 340 cliques no anúncio por mês

RECOMENDADOS PARA VOCÊ

Média diária de **R\$ 17** • Orçamento mensal máximo: R\$ 517
Alcance de 1.010 a 1.700 pessoas e receba entre 280 e 480 cliques no anúncio por mês

Média diária de **R\$ 33** • Orçamento mensal máximo: R\$ 1.003
Alcance de 1.960 a 3.280 pessoas e receba entre 550 e 930 cliques no anúncio por mês

Como seu orçamento funciona

O que você paga
Você só paga por cliques no anúncio ou ligações para sua empresa.

Sua média diária
O gasto poderá ser menor do que sua média diária em alguns dias e, em outros, até quatro vezes maior. No entanto, você não pagará mais do que o orçamento mensal máximo ao longo do mês.

Se você mudar de ideia
Faça um teste e exiba seu anúncio sem compromisso. Você poderá alterar seu orçamento ou cancelar o anúncio a qualquer momento.

O controle, para quem não tem bom conhecimento, é simplificado e, provavelmente, o empresário irá pagar um valor mais alto por palavras-chave pouco relevante. O comércio em questão apresentou ainda os seguintes indicadores após 1 semana de testes na plataforma:

- Com um raio de 8 km de entrega foram aproximadamente **1.300 impressões que geraram 56 cliques**
- Custo por clique (**CpC**) ficou em média **R\$1,77**
- Índice de rejeição na página destino (**Bounce rate**) foi de aproximadamente **65%** - ou seja, dos 56 cliques apenas 20 realmente se interessaram pelo produto.
- Conversão total foi de 2 pedidos, 10% dos clientes aparentemente interessados, gerando um **custo real de aquisição na casa de R\$50**.

Plano de marketing

O plano de marketing será faseado em 3 etapas:

- **Ramp-up**
- **Formação de Embaixadores**
- **Estabelecimento**
- **Orgânico**

Sabemos que existem duas forças dependentes para o crescimento do uso do aplicativo, de um lado o vendedor e do outro o comprador, e para isso é necessário fomentá-los igualmente e o mais rápido possível.

Ramp-up

Na fase de “ramp-up” o crescimento será feito por meio de divulgação impulsionada da marca nas principais mídias (Instagram, Facebook, TikTok, etc) para atrair o máximo de usuários.

Durante esta fase iniciaremos o processo de identificação de embaixadores que serão recrutados para manter a plataforma ativa.

Para esta fase o custo estimado em campanhas está na ordem de **R\$25.000,00** e que deve gerar, pelo menos, **5.000 downloads** do aplicativo.

Formação de embaixadores

Dentro do orçamento de campanhas contemplaremos esforços para identificação de embaixadores da solução VIZI. Esses funcionarão no modelo de **líderes de comunidade**, cujo principal papel será cadastrar os estabelecimentos do seu bairro e zelar pelo bom funcionamento do App entre comprador e vendedor. Haverá uma avaliação de desempenho por embaixador e os mesmos poderão ser remunerados mediante métricas estabelecidas, garantindo assim uma “**recompensa**” também para este agente.

Estabelecimento

Após a fase de inicial de divulgação e já contando com embaixadores a plataforma será divulgada localmente pelos embaixadores e pelos próprios estabelecimentos.

Esta fase demandará pouco investimento, provavelmente apenas em áreas que ainda não estiverem bem atendidas ou que apresentarem baixo desempenho.

Orgânico

Uma vez estabelecida a plataforma com uma cobertura razoável sua manutenção será orgânica, no sentido que a rede se retroalimenta, pois, o custo cai a cada novo estabelecimento dividindo os custos e trazendo novos potenciais clientes para a plataforma.



Plano operacional

O plano operacional segue o modelo do plano de marketing, tendo as fases de ramp-up, formação de embaixadores, estabelecimento e orgânico. Durante todas as fases uma equipe central será mantida e precisará

Equipe central

A equipe central será composta pelos profissionais (todos em tempo integral):

- Desenvolvedor React
- Administrador de sistemas
- Designer
- Líder de UX
- Líder de projeto

Ramp-up operacional

Nesta fase a equipe central precisará de um reforço temporário para adquirir, higienizar e melhorar o cadastro de estabelecimentos. Eventualmente será necessário um reforço no time de desenvolvedores com mais 1 profissional para produzir e ajustar scripts.

Estabelecimento

Durante o estabelecimento operacional será importante garantir a aquisição e o treinamento dos embaixadores e, para isso, dois papéis serão importantes:

Expansor de rede – um profissional que trabalhará para identificar as pessoas que podem trazer maior impacto para a rede.

Treinador – um profissional da área de treinamento que auxiliará a equipe na produção de material de treinamento e fará visitas para treinamento presencial.

Esta fase deve durar de **2 a 6 meses** e, dependendo do desempenho, estes profissionais poderão ser incorporados ao time.

Plano Financeiro

Investimento Inicial

O investimento inicial engloba preparação de equipe central, desenvolvimento do protótipo e impulso inicial da plataforma. Para esta fase calculamos investimento aproximado de **R\$135.000**, conforme abaixo.

Preparação de equipe

Estamos prevendo um ciclo de 1 mês para ter os componentes da equipe prontos para iniciar o desenvolvimento da plataforma, nesta fase o custo aproximado será de **R\$30.000** (ver abaixo tabela de salários)

Desenvolvimento de plataforma

Teremos nesta fase 2 meses para desenvolver as funcionalidades mínimas para o funcionamento da plataforma. Esta fase terá custo de **R\$80.000** (aproximadamente 2x custos mensais).

Impulso inicial da plataforma

Conforme descrito anteriormente, o custo será de **R\$25.000**

Custo recorrente

O custo recorrente tem dois componentes, o fixo que engloba a equipe central que manterá as operações e também um componente variável de infra-estrutura. Segue o planejamento:

Custos fixos mensais	
Desenvolvedor React	R\$ 6.500,00
Administrador de sistemas	R\$ 6.500,00
Designer	R\$ 5.000,00
Líder de UX	R\$ 6.000,00
Líder de projeto/produto	R\$ 12.000,00
Despesas administrativas	R\$ 2.500,00

O custo do time totaliza aproximadamente **R\$36.000,00** e mais **R\$2500** de despesas administrativas temos um total de **R\$38.500**.

Além destes temos os custos variáveis que dependem do volume de usuários ativos:

Custos variáveis mensais				
Usuários	<1000	1.000~50.000	50.000~500.000	>500.000
Hospedagem	R\$ 250,00	R\$ 1.000,00	R\$ 5.000,00	R\$7.500,00
Banda	-	R\$250	R\$500	R\$1.000

Retorno Financeiro

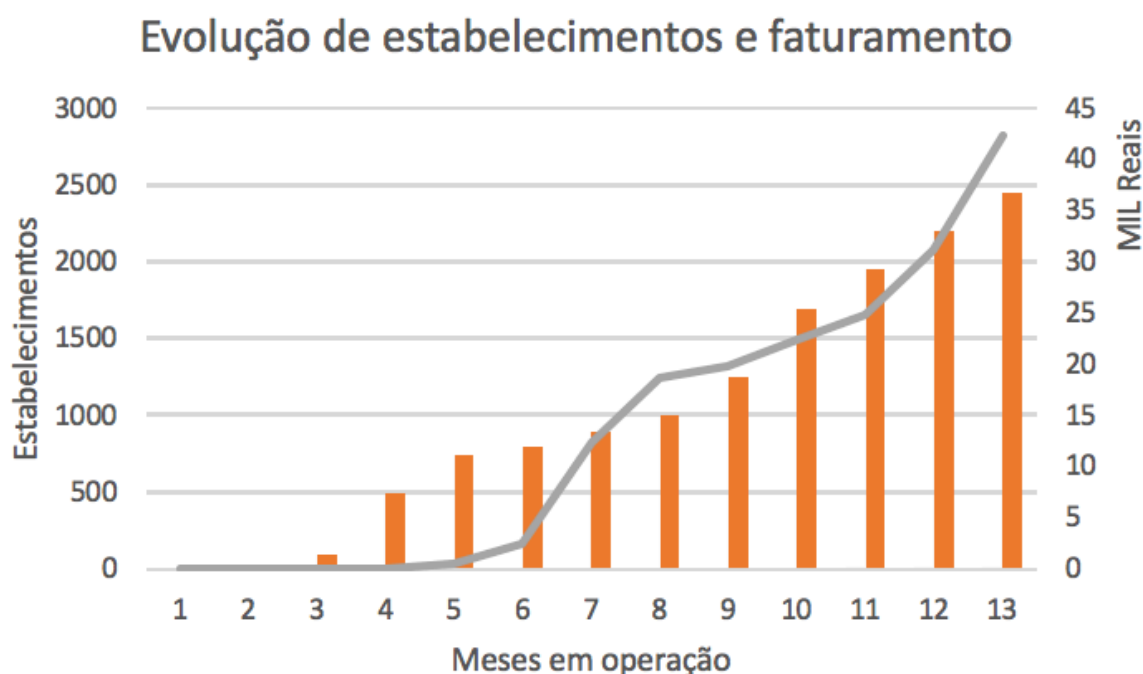
Precificação

Durante os 12 primeiros meses de operação os estabelecimentos terão 3 meses de carência na mensalidade afim de incentivar o ingresso na plataforma, após este período será cobrado um valor de **R\$29,90 por mês** dos quais serão destinados **R\$5,00 para o VIZER** da região.

Projeção de retorno

O retorno financeiro é projetado pela contribuição da mensalidade paga pelos estabelecimentos. Conforme item anterior o montante recebido pela plataforma será de **R\$24,90/mês**, após a carência inicial.

Abaixo segue a projeção de crescimento da plataforma – projetamos um início lento nos 2 primeiros meses, com apenas 20 estabelecimentos, para testes de plataforma quando então começaremos com a aquisição impulsionada de membros, até que tenhamos os Vizers atuando no crescimento de assinantes. Ao atingir massa crítica o projeto deve tomar o crescimento esperado de uma plataforma digital.



Com estas considerações, conforme o gráfico, no **13º mês** de operação, referentes a aproximadamente 1600 estabelecimentos cadastrados até o mês 10, é esperado que atingiremos o **breakeven**.

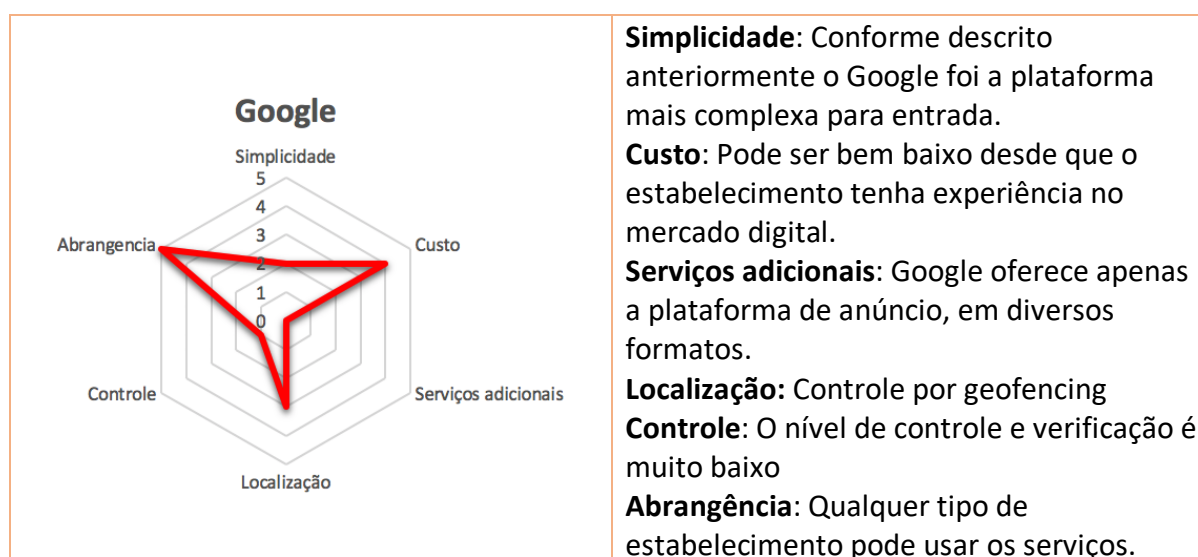
Potencial investidor e modelo social de investimento

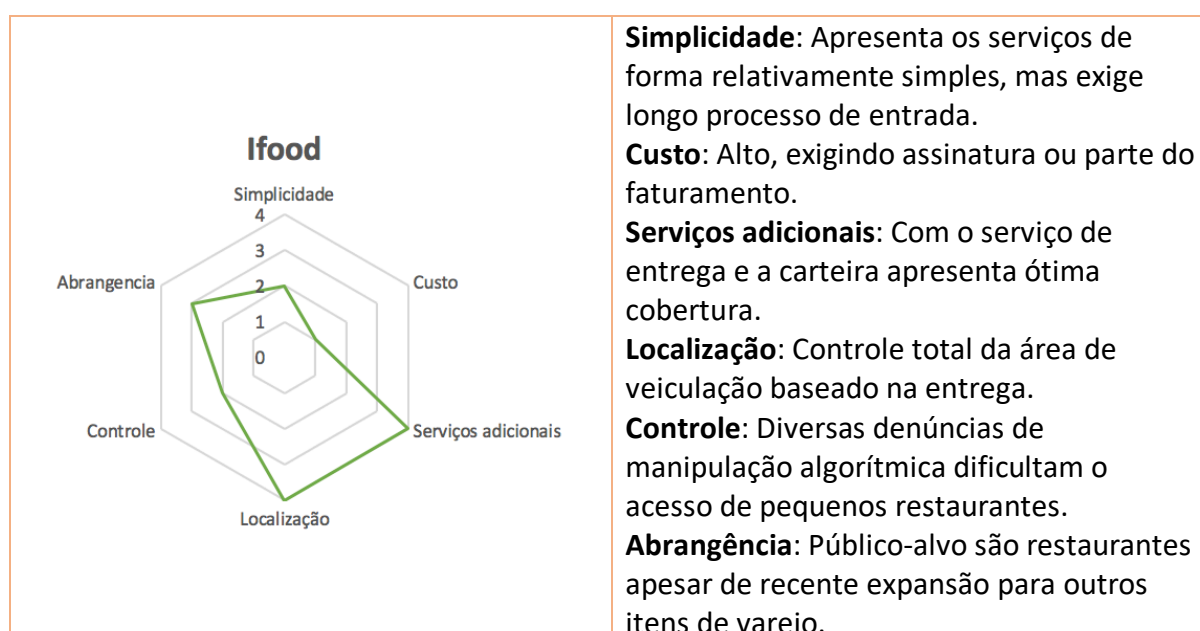
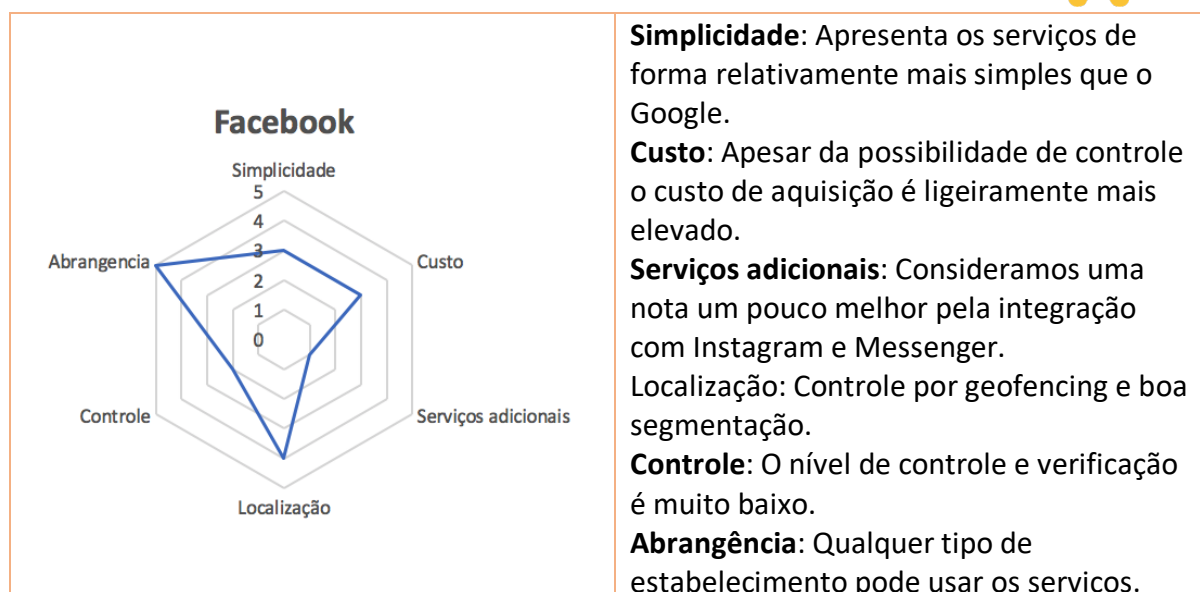
Um possível modelo de investimento para esta plataforma é similar ao utilizado pela **Grameen Danone** onde o aporte inicial será feito por entidades externas e que receberão de volta exclusivamente seu investimento, uma vez atingido este valor, toda a receita passa a ser utilizada na melhoria do próprio sistema e sua expansão.

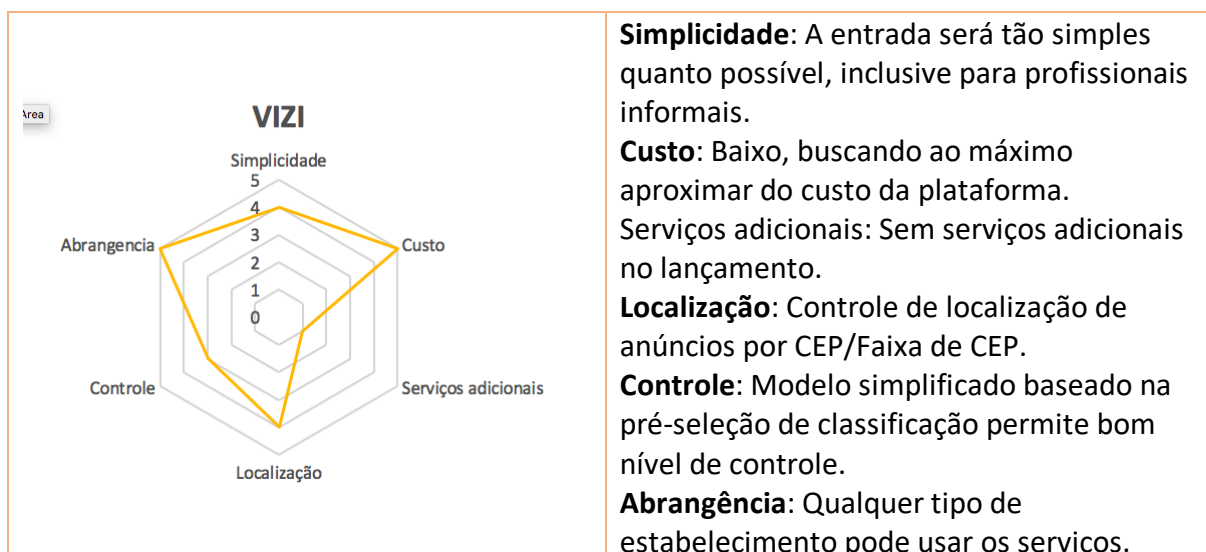
Análise Estratégica

Nosso posicionamento estratégico é focado no custo operacional e também na simplicidade, mas para um completo posicionamento de mercado utilizamos 5 dimensões:

- **Simplicidade:** Considerando a entrada na plataforma, quão fácil é para o estabelecimento iniciar o uso da mesma.
- **Custo:** Qual o custo total para a “atração” de clientes?
- **Serviços adicionais:** A plataforma oferece algum tipo de serviço além dos anúncios?
- **Localização:** Quanto é possível manejar a localização de exibição de seus anúncios?
- **Controle:** Qual o nível de controle sobre os anúncios o estabelecimento tem?
- **Abrangência:** Quais categorias de estabelecimentos podem utilizar a plataforma?







Roadmap futuro

As futuras versões da plataforma contarão com melhorias e extensões para possibilitar um melhor desempenho frente aos concorrentes. Listamos os principais itens e seus motivadores:

- **Carteira de pagamentos:** Ter uma carteira de pagamentos embutida no aplicativo garante uma melhor experiência do usuário e também, uma vez lastreado por um “banco popular”, obter melhores tarifas de aquisição de dinheiro – antecipação de recebíveis ou mesmo o custo de aquisição.
- **Apoio Logístico:** Com diversos clientes conectados um sistema logístico pode ser estabelecido em algumas regiões, aglutinando os pedidos e reduzindo o custo total.

Referências

SEBRAE: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>

IBGE: <https://censo2020.ibge.gov.br/2012-agencia-de-noticias/noticias/25534-desemprego-cai-para-11-8-com-informalidade-atingindo-maior-nivel-da-serie-historica.html>

Portal do empreendedor: <https://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>

DataSebrae: <https://datasebrae.com.br/perfil-do-microempreendedor-individual/>

Case Grameen Danone:
<https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?httpsredir=1&article=1061&context=aabfi>