



PITCH 2020
TIME 67

Problema

O contexto da pandemia
do COVID-19

- Iminente necessidade de isolamento e o consequente fechamento de comércios e serviços preocupam micro e pequenos empresários dos mais diversos setores.
- Micro e pequenas empresas tendem a sofrer graves impactos, caso não haja planejamento e correção de rotas, logo no início da crise.
- A incerteza sobre o período de quarentena é um dos pontos mais preocupantes.
- A estrutura de negócios não está preparada (nem todas as empresas têm facilidade e conhecimento das práticas de venda online).



Mercado

- Em 2019, no Brasil havia um total aproximado de **8.1MM de Micro Empreendedores 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**.
- 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.



Persona



João Francisco

Dono de mercearia , 62 anos, Pirituba – São Paulo

"Meu negócio sofreu um grande impacto, to me virando como eu posso. Hoje está difícil até de pagar o aluguel. Não sei se minha mercearia sobrevive por muito tempo."

João é dono de uma mercearia em Pirituba, bairro da zona oeste de São Paulo, viu o seu faturamento despencar em função da crise provocada pela pandemia do coronavírus. Está tomando várias medidas para cortar gastos, como renegociação com fornecedores, desconto no aluguel, e corre sério risco de ter que dispensar seu único funcionário. Ele não tem intimidade com o mundo digital, e está tentando vender por telefone para tentar aumentar sua vendas.

Pontos de dor

- Não tem dinheiro para fluxo de caixa e investimentos em propaganda
- Teme não conseguir manter seu negócio durante a crise
- Não tem intimidade com o mercado digital
- Acha que vender online tem um alto custo
- Já tentou vender no Ifood tempos atrás, mas esbarrou na burocracia e na falta de conhecimento técnico para operar vendas on-line.



Mas Seu João continuou encrencado...



MOTIVOS

- **Seu João não é safo na internet, não tem conhecimento sobre tecnologia por isso suas vendas não estão no ambiente online:**
Conforme aponta o DATASEBRAE, ferramentas disponíveis para o comércio digital possuem um nível de complexidade muito alta se considerarmos que quase 30% dos MEIs não completaram o ensino médio.
- **Se inscreveu em vários grupos de whatsapp e o anúncio das empadas dele ficou soterrado no meio de brigas de vizinhos, memes e notícias falsas do corona vírus.**



Diretamente do Twitter, uma das mais verdadeiras constatações dos tempos atuais:



carinhadoti · [Seguir](#)



Quem acelerou a transformação digital na sua empresa?

a. A equipe de TI

b. O CEO

☒ c. O coronavirus

Pensando no Seu João criamos o:



O APP DA VIZINHANÇA

O VIZI é uma forma de responder à pandemia atual do COVID-19 e ainda fortalecer o pequeno empreendedor local no pós-pandemia.

Criamos uma plataforma para ajudar os pequenos e micro negócios da sua vizinhança.

Acreditamos que o senso de comunidade aliado à tecnologia pode ser transformador, gerando impacto positivo nos negócios daqueles que mais necessitam neste momento de crise.

OBJETIVOS

- Garantir que o consumo se mantenha estável, ou próximo disso, em um 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.
- Garantir uma transformação digital descomplicada. Por meio de controles e configurações muito simples, oferecer acesso ao canal digital de vendas para estes negócios que viviam até o momento uma “realidade analógica”.





"Com o VIZI queremos 'dar uma mão' ao pequeno negócio, valorizando o comércio da vizinhança. Colocaremos ordem no caos das múltiplas fontes de informação. Seremos 'o Google do pequeno negócio' (mas truly not evil). Sabendo da dificuldade, simplificamos tudo e, assim que pudermos chegar na sua vizinhança, os VIZERS estarão dando a mão para o comércio"

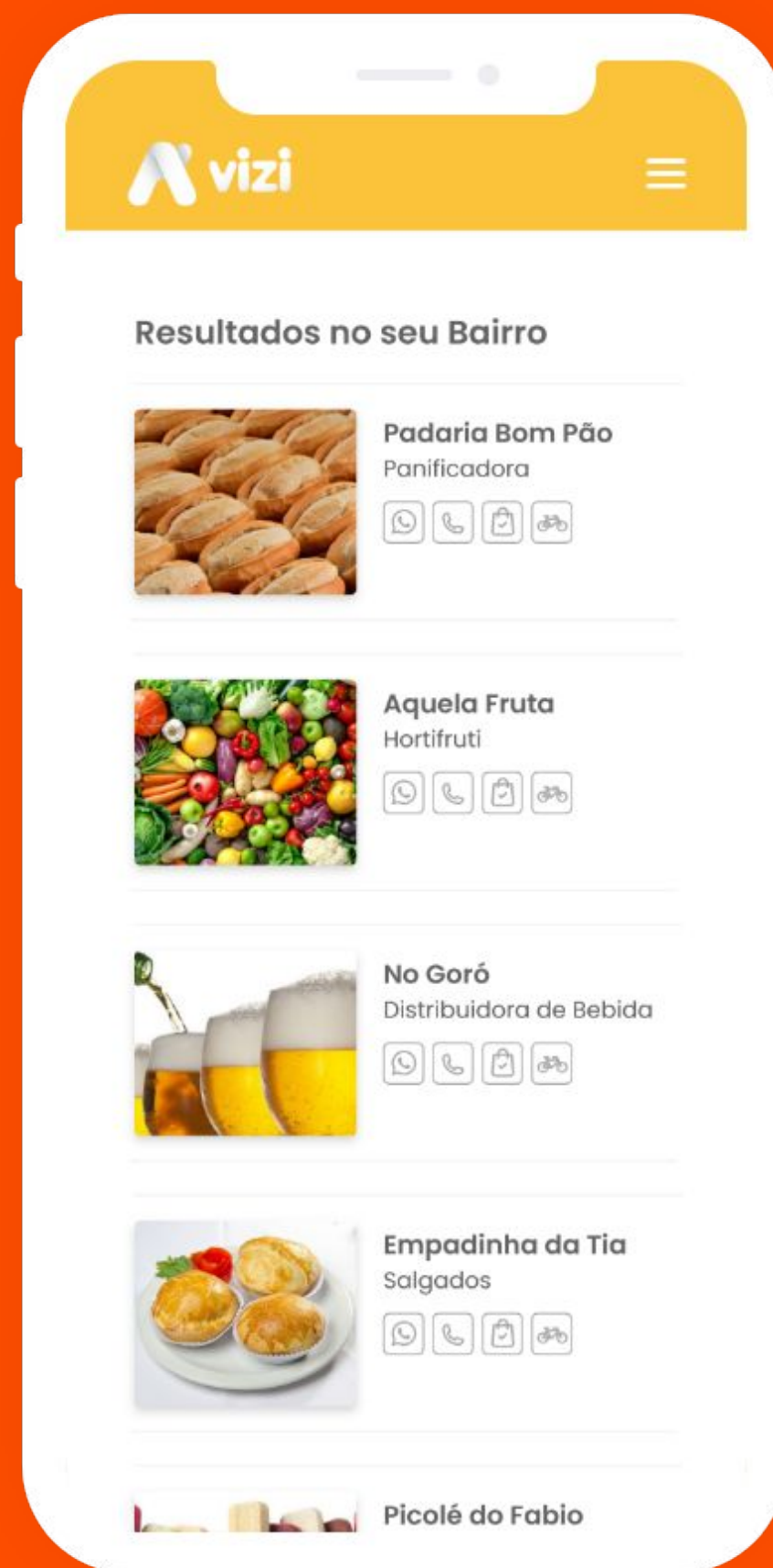
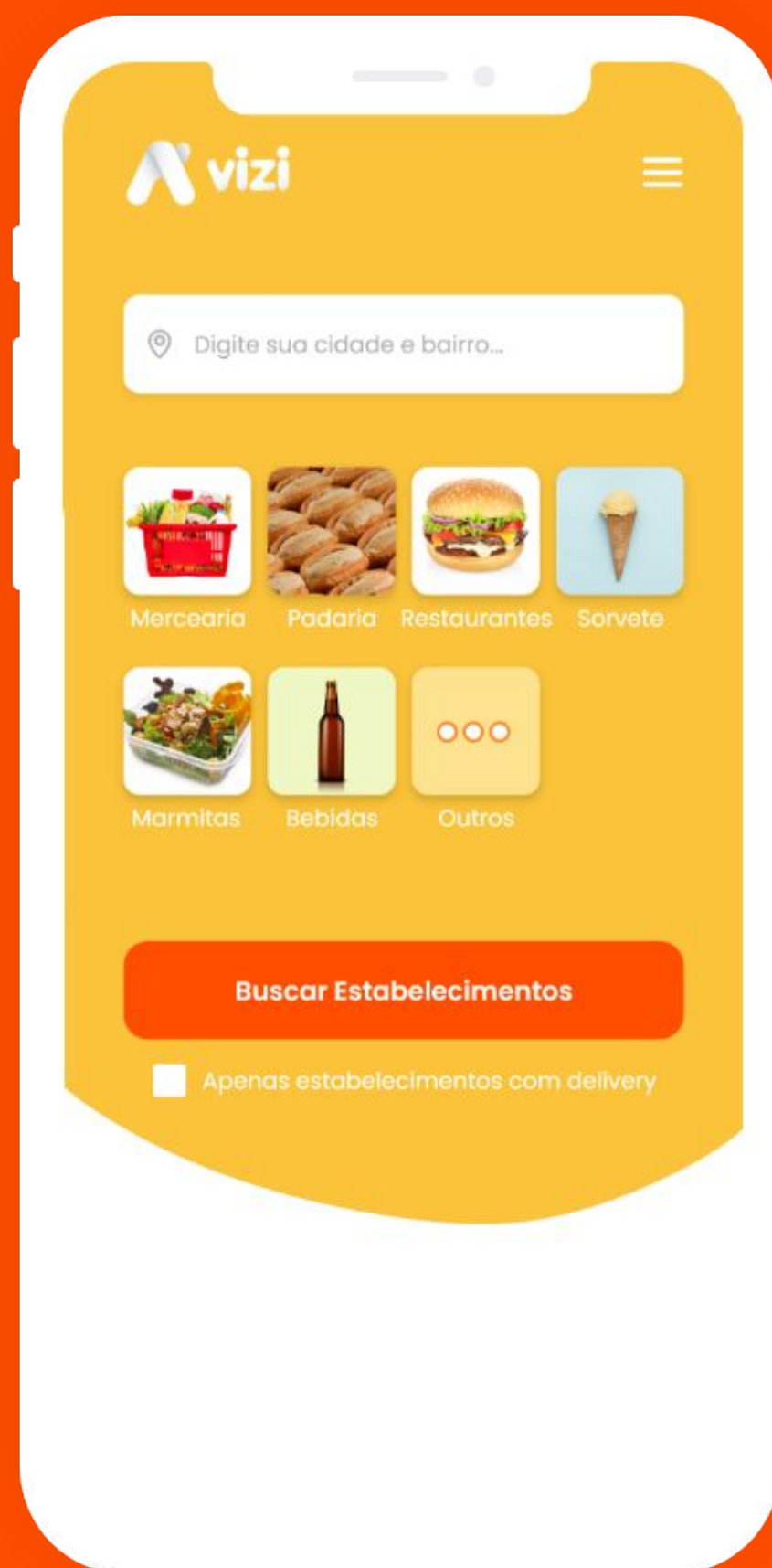
Equipe VIZI.



Protótipo

| <https://bit.ly/viziapp>





Protótipo | Como funciona?



VIZERS + COMÉRCIO LOCAL
Cadastra Estabelecimento

CONSUMIDOR
Pesquisa por Estabelecimento



Mas porque o Seu João vai usar o vizi ?



VANTAGENS

- Ele entende como funciona o app, não tem pegadinha, baixa burocracia
- Recebe ajuda e 100% de suporte dos VIZERS (representantes do VIZI no bairro)
- Obtém alcance e fidelização de seus clientes
- Adapta seu negócio ao mundo online sem custo





Vantagens Competitivas



COMERCIANTES LOCAIS

- Amplicar canais de venda
- Conectar-se a sua vizinhança
- Simplicidade e baixa burocracia
- É gratuito
- Pode ser usado pós-crise
- O mercado que podemos endereçar inicialmente são:
microempreendedor individual, micro empresa e trabalhador informal - o número é enorme, mesmo que só 10% entrem na plataforma ainda falamos de milhão de clientes

CONSUMIDORES

- Ficar em casa e fortalecer o comércio local
- Agente transformador da sua vizinhança
- Receber sua encomenda mais rápido e com baixíssimo custo de entrega

Nosso Diferencial: Conheça os "Vizers"

Ser um Vizer demanda responsabilidade,
entrega e amor pela vizinhança.

Missões:

- Cadastrar os negócios dos seus vizinhos
- Ser a ponte entre Vizi e vizinhança
- Administrar e colaborar

Benefícios:

- Você será dono e terá atribuições
- Quanto mais estabelecimentos cadastrados, mais você ganha
- Quanto mais usuários na sua região, mais você ganha
- Trabalhe quando, como e de onde quiser





Plano de Marketing

4 etapas



RAMP-UP

Divulgação impulsionada da marca nas principais mídias (Instagram, Facebook, TikTok, etc) para atrair o máximo de usuários.

FORMAÇÃO DOS "VIZERS"

Líderes de comunidade, responsáveis por cadastrar os estabelecimentos do seu bairro e zelar pelo bom funcionamento do App.

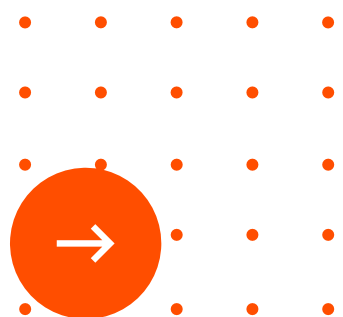
ESTABELECIMENTO

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

ORGÂNICO

Uma vez estabelecida a plataforma com uma cobertura razoável sua manutenção será orgânica, no sentido que a rede se retroalimenta.

Plano Financeiro

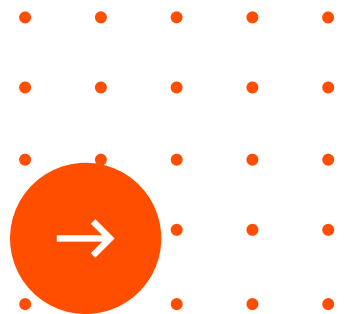


INVESTIMENTO INICIAL

Engloba preparação de equipe central, desenvolvimento do protótipo e impulso inicial da plataforma.

- **Preparação de equipe:**
1 mês, o custo aproximado será de R\$30.000
- **Desenvolvimento de plataforma:**
2 meses para desenvolver as funcionalidades mínimas para o funcionamento da plataforma. Terá custo de R\$80.000 (aproximadamente 2x custos mensais)
- **Impulso inicial da plataforma:**
O custo estimado em campanhas está na ordem de R\$25.000,00 e que deve gerar, pelo menos, 5.000 downloads do aplicativo.

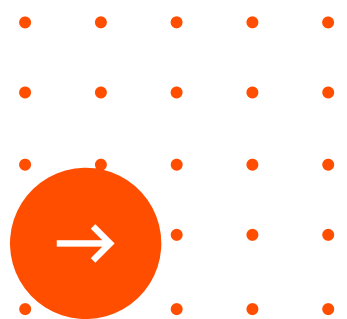
Plano Financeiro



RETORNO FINANCEIRO

- Durante os 12 primeiros meses de operação os estabelecimentos terão 3 meses de carência na mensalidade, que será de R\$29,90 (haverá split com o VIZER local quando aplicável)
- Take rate VIZI por transação: 20% (segunda etapa do projeto)

Plano Financeiro

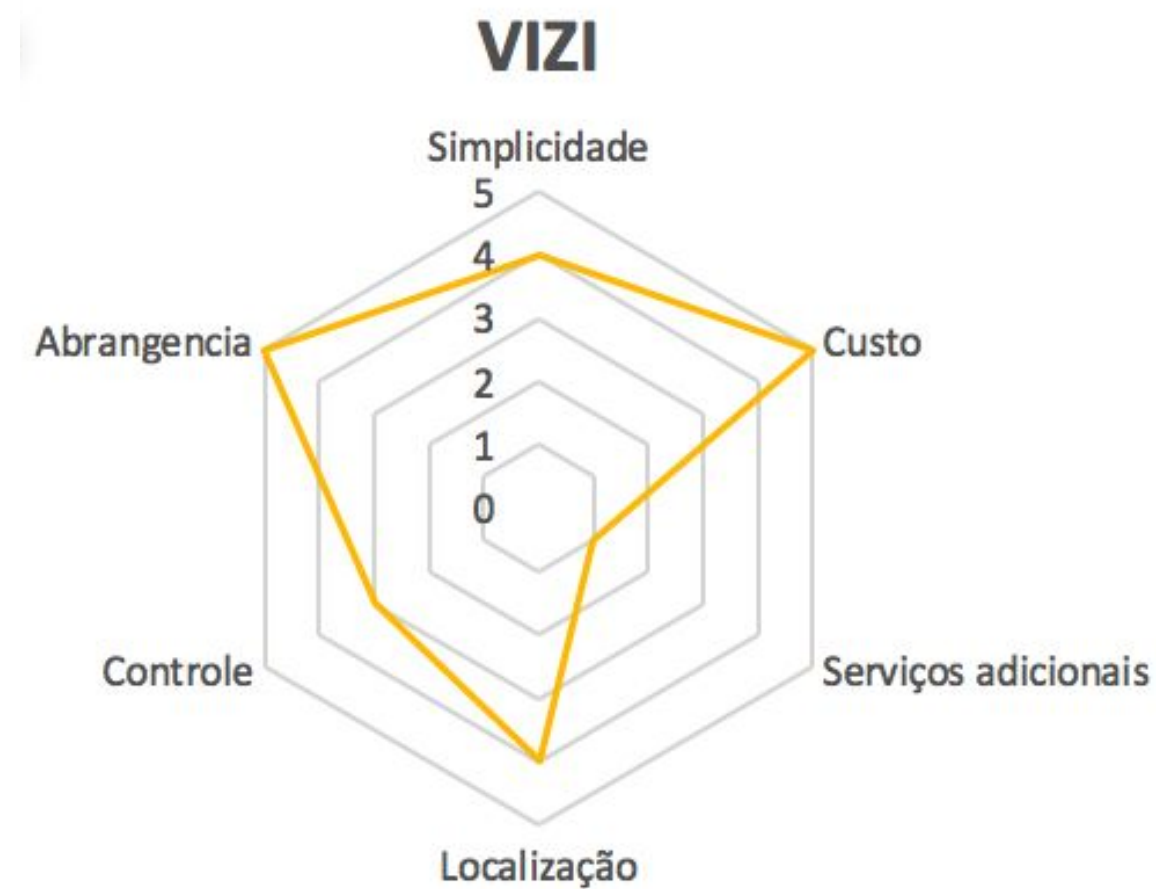


MODELO SOCIAL DE INVESTIMENTO

- Propomos um modelo similar ao utilizado pela Grameen Danone.
- 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:



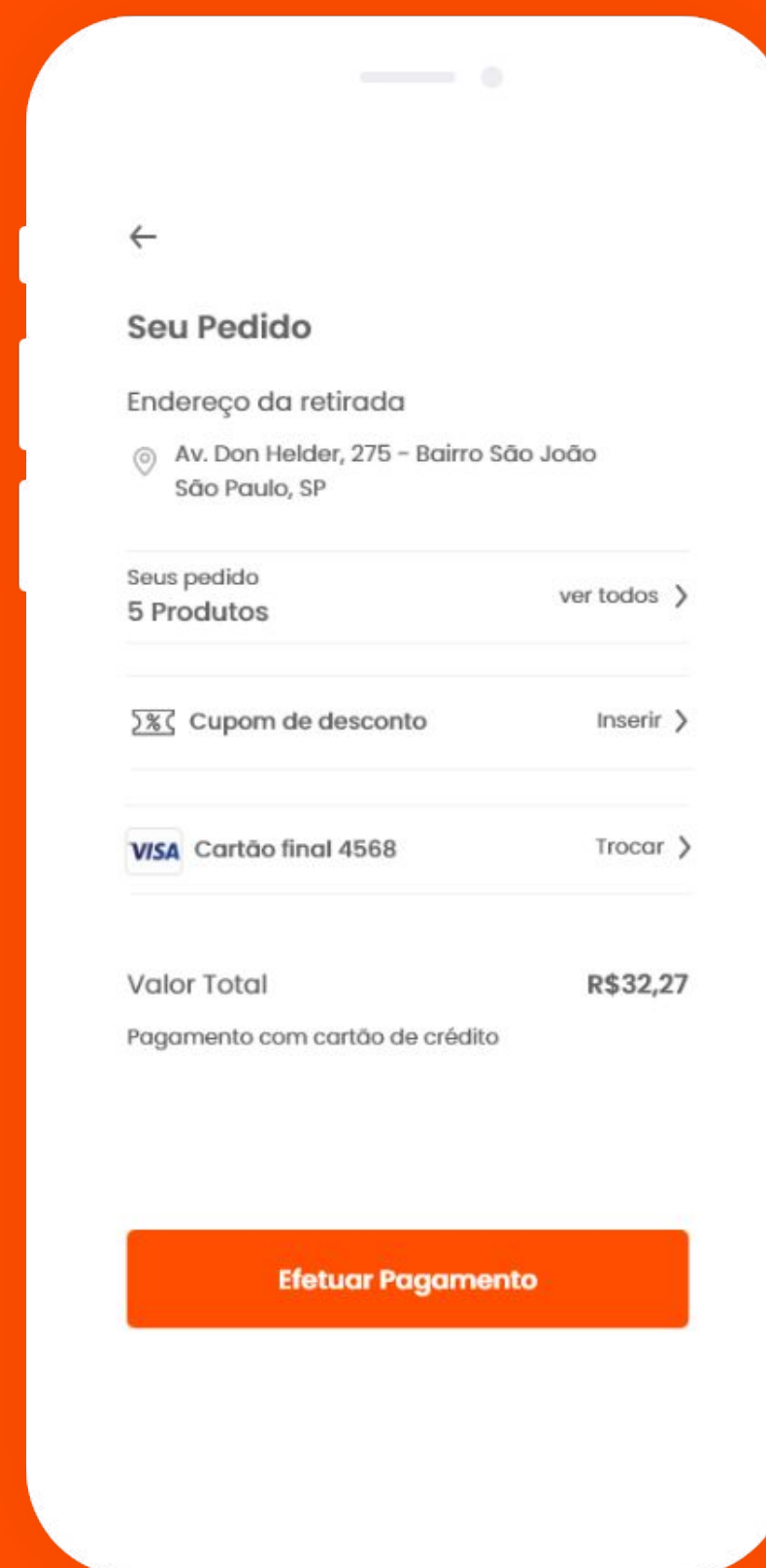
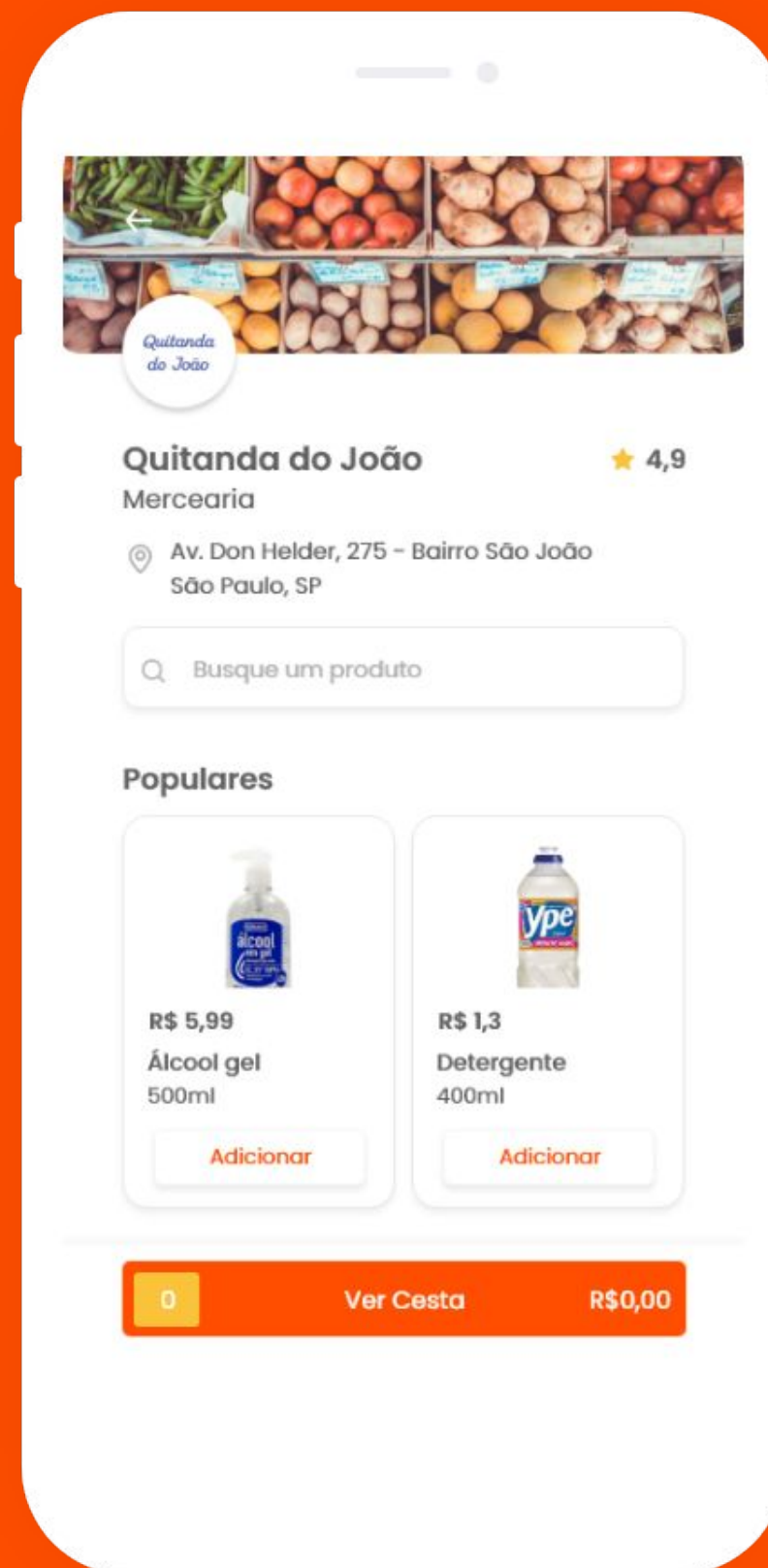
Roadmap Futuro

As futuras versões da plataforma contarão com melhorias e extensões para possibilitar um melhor desempenho frente aos concorrentes.

- 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.



Features futuras | Telas



Time 67

MegaHack COVID-19



Flávio Monteiro
Business



Fabiano Silva
Business



Mariana Costa
Marketing



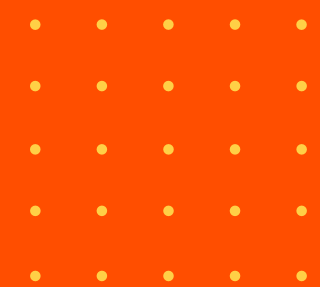
Rodrigo Cortez
UX



Bruno Seabra
Dev



Gisiona Costa
Dev



Contato

Fabiano Silva
fabiano.silva@gmail.com

Flávio Monteiro
flaviolfmonteiro@gmail.com

Rodrigo Cortez
rodrigocortez.web@gmail.com

Mariana Costa
marianacgdc@gmail.com

Bruno Seabra
ideiasfera@gmail.com

Gisiona Costa
gil-real@hotmail.com

