



Uma nova visão sobre o mundo.

Apresentação | Sapiientia

Agosto | 2022

✕ A ACESSIBILIDADE NO BRASIL É RESTRITA ✕



FALTA DE AUTONOMIA

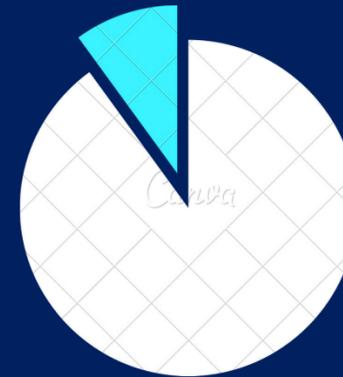


Analfabetismo

**Locomoção
Precária**

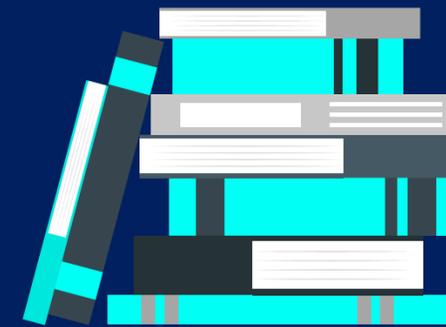


**Oportunidades
Escassas**



APENAS 3,8%

das prefeituras no Brasil possuem sistema de acessibilidade adequado.



171.400 ESCOLAS

de 180 mil no Brasil

não estão adaptadas para receber deficientes visuais.



ALCANÇANDO A DEMANDA DE MERCADO



37 MILHÕES de deficientes visuais **6.5 MILHÕES** com deficiência severa **500 MIL** sem visão

Região Norte

570.000

Região Nordeste

2.200.000

Região Centro-Oeste

570.000

Região Sudeste

2.500.000

Região Sul

870.000



TAM (Total Available Market)

6,5 milhões de usuários

SAM (Serviceable Available Market)

3,2 milhões de usuários

SOM (Serviceable Obtainable Market)

Ano 1: 0 usuários

Ano 2: 10.000 usuários

Ano 3: 60.000 usuários

Ano 4: 150.000 usuários

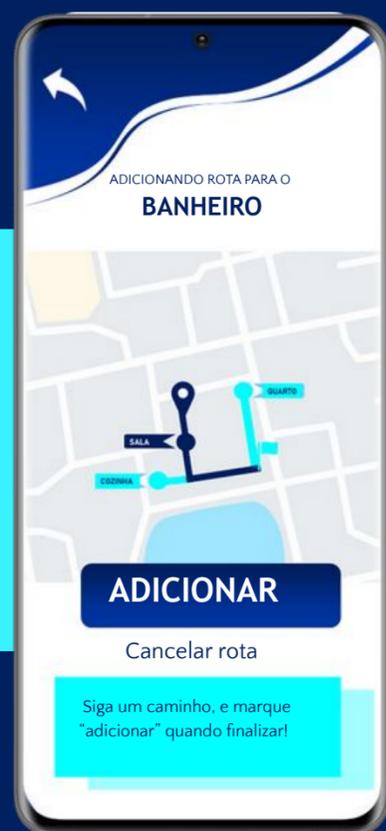
Ano 5: 400.000 usuários

Distribuição regional de deficientes visuais

Fontes: IBGE e Univali



POR DENTRO DO APLICATIVO

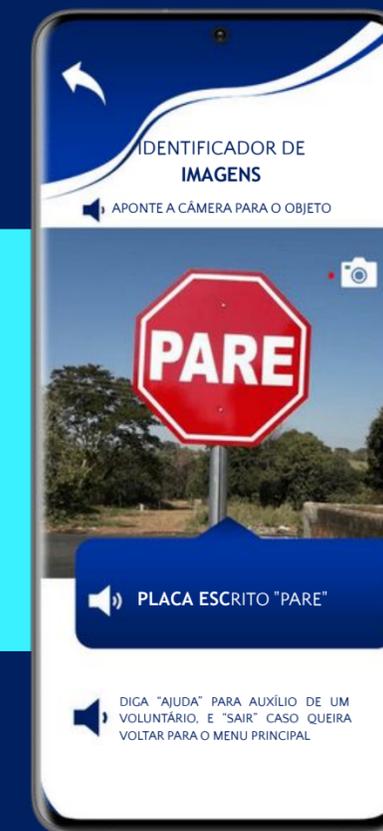


Fácil adição de novas rotas
Integradas através de algoritmos de grafos

Cálculo do Melhor Caminho
Utilizando Geocoding e algoritmos como Dijkstra



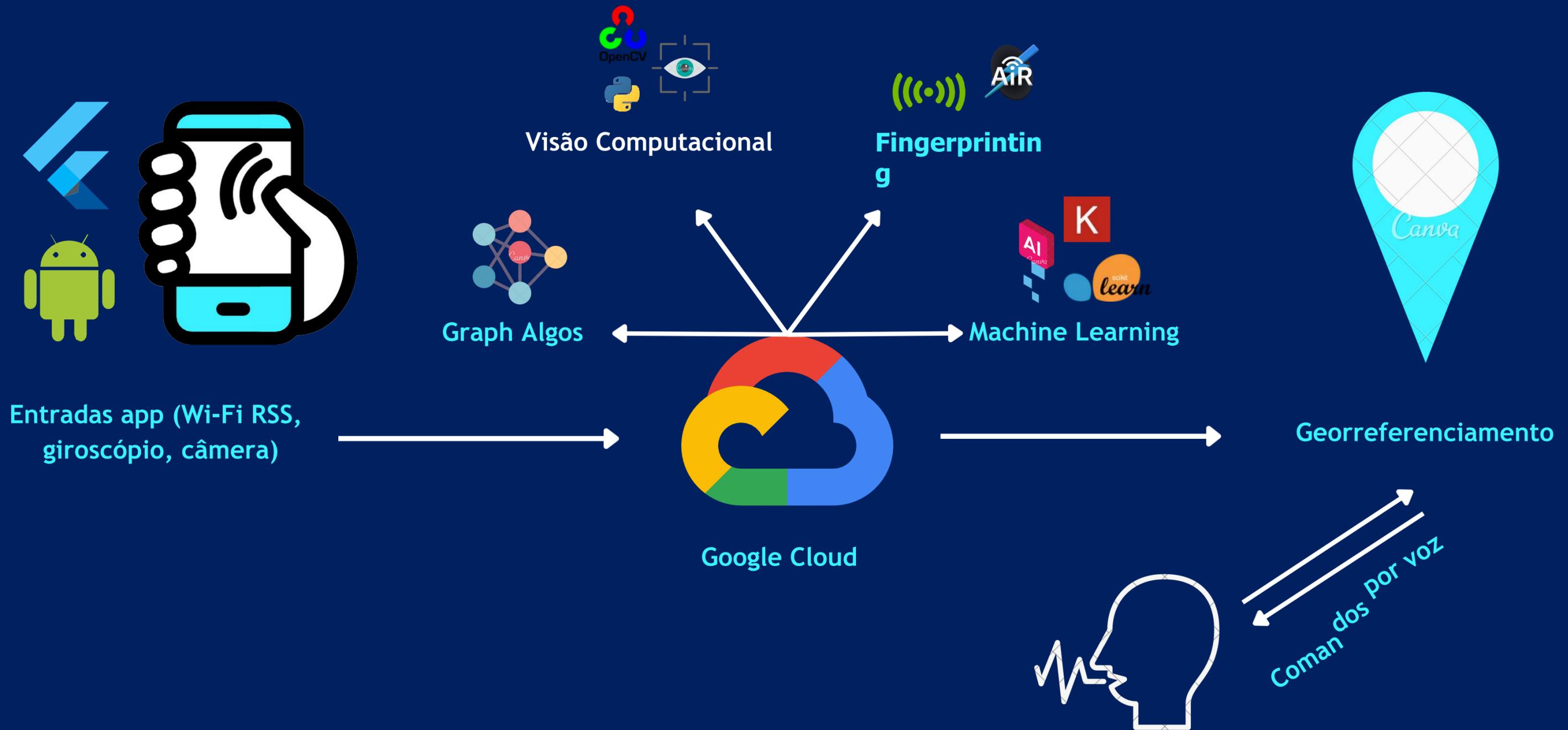
MICROLOCALIZAÇÃO EM AMBIENTES PÚBLICOS E PRIVADOS



Identificação de Imagens por I.A.
Permite a leitura de textos sem braile e a compreensão do ambiente

Opção de Auxílio por Voluntários
Permite a correção de falhas de identificação

»» O PROCESSO, DESCOMPLICADO



» EULER À FRENTE DA CONCORRÊNCIA »



Somos o primeiro app a possuir microlocalização por feedback ativo, e o único a unir auxílio voluntário, I.A. e geolocalização. Isso de forma acessível geográfica e financeiramente.

ANÁLISE DAS ALTERNATIVAS	euler	Veever	BeMyEyes	EyeD	GetThere
Microlocalização	✓	✓			
Identificar de Imagens em Textos	✓		✓	✓	
Financeiramente acessível	✓	✓	✓		✓
Uso exclusivo de software	✓		✓	✓	✓
Aprimoramento pelos usuários	✓				



COMO FUNCIONARÁ A EMPRESA



PARCERIAS

1 PREFEITURAS E
MEIOS PÚBLICOS



2 EMPRESAS ESG



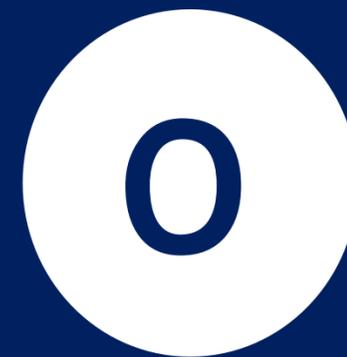
3 GOOGLE CLOUD



4 EMPRESAS LOCAIS



»» ANÁLISE SWOT »»



FORÇAS

- Sem dependência de hardware;
- Potencial de auto sustentação financeira;
- Crescimento do alcance da microlocalização pelos próprios usuários.

FRAQUEZAS

- Alta demanda de tecnologia de ponta;
- Dificuldade de disseminação;
- Altos custos iniciais devido à demanda de software.

OPORTUNIDADES

- Mercado ESG aquecido;
- 87% dos brasileiros preferem apps sustentáveis
- Aplicação em ambientes públicos por governos em busca de afirmação.

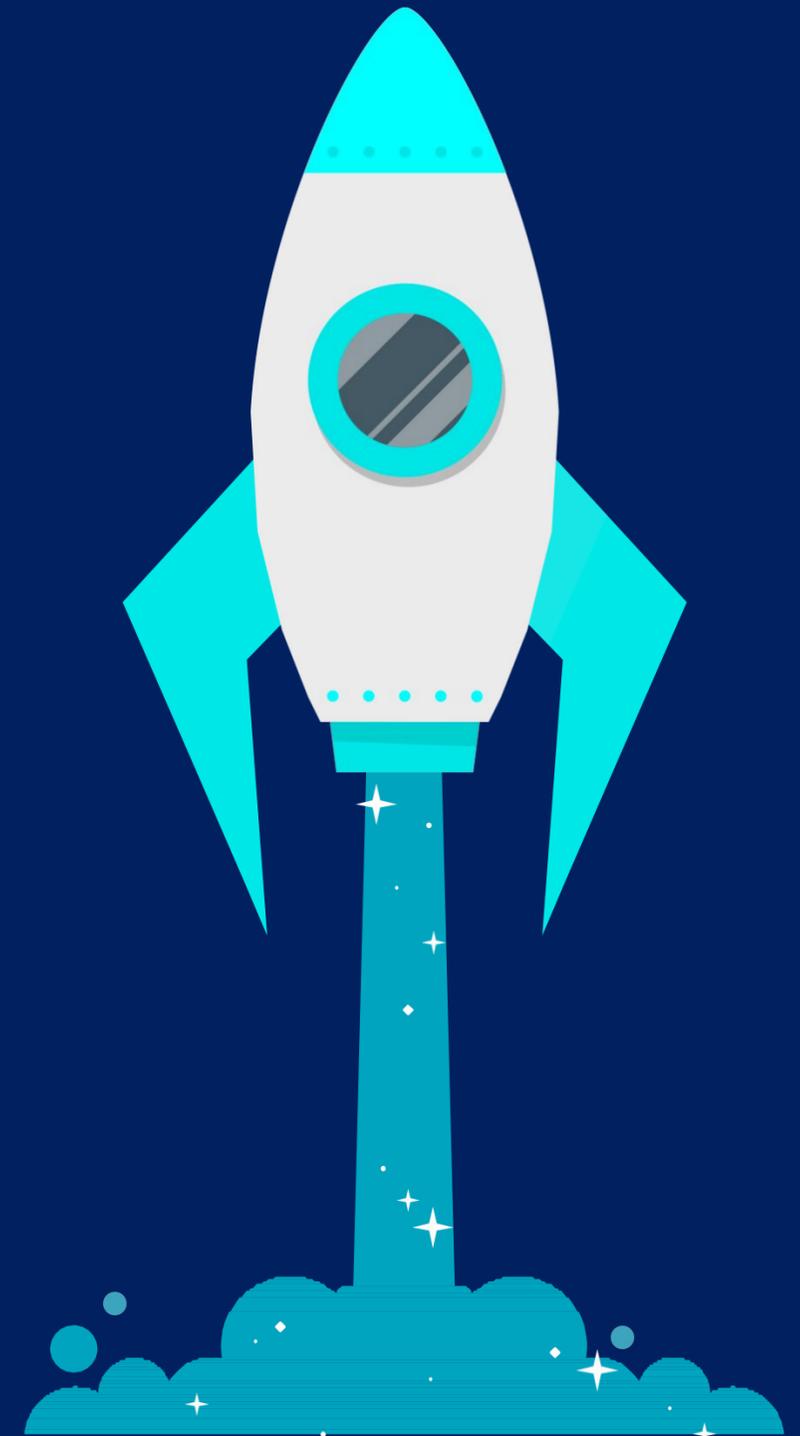
AMEAÇAS

- Replicação do software por empresas consolidadas;
- Potencial alto custo de banco de dados
- Estabelecer confiança

»» ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO



- 1** PARCERIAS REGIONAIS
- 2** GRUPOS FORTES
- 3** APRENDIZADO DE MÁQUINA
- 4** AUTO-APRIMORAMENTO
- 5** ESSÊNCIA IMPACT FIRST



»» NOSSAS MÉTRICAS DE SUCESSO



1

Através de histórias e relatos, os usuários poderiam divulgar como se sentem mais seguros e/ou com maior autonomia pelo uso do app.



Parcerias com instituições públicas ou privadas que se disponibilizassem a utilizar o app para aumento da acessibilidade evidenciaram um sucesso do projeto, que passaria a ter maior alcance e projeção.

3

2

O aumento do número de usuários, de locais mapeados, e uso das funcionalidades, como trajetos de localização, demonstrariam um assertivo progresso.





FINANÇAS

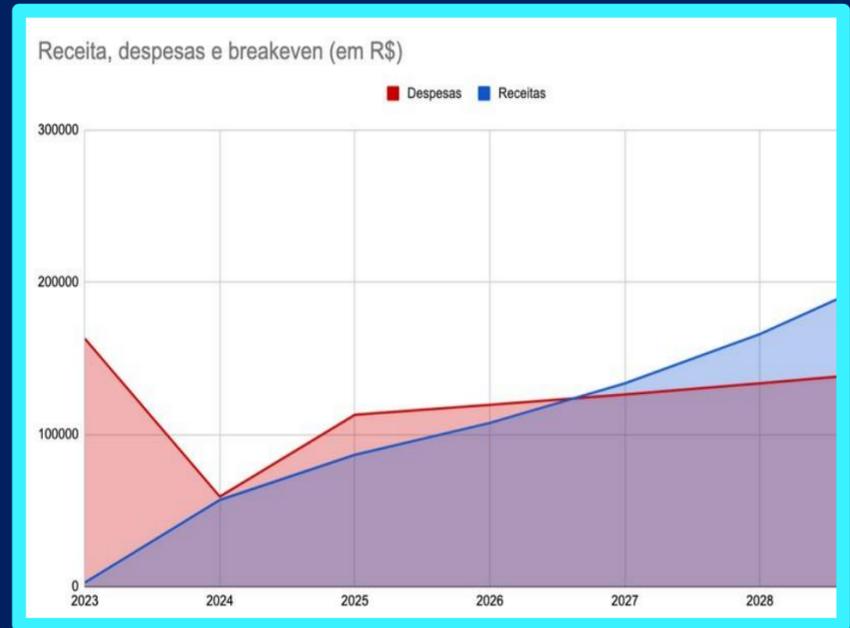


Crescimento médio esperado de **15% ao ano** em um cenário realista.

Anúncios auditivos, trunfo de plataformas como **spotify, deezer**



Breakeven até **3q2026**



Recuperação de **todo o investimento até 2029**



PLANEJAMENTO DOS PRÓXIMOS 12 MESES



NOV 2022 > NOV 2023

1. Lançamento do app

DEZ 2022, JAN, FEV, MAR 2023

- 1.1 Criar o design e a experiência do usuário do aplicativo;
2. Criar o código do aplicativo;
3. Testes do protótipo;
4. Aumento do portfólio de localidades;
5. Inserir o app na Google Play e App Store;
6. Criação e divulgação de redes sociais.

2. Consolidação

ABR, MAI, JUN, JUL, AGO 2023

- 2.1. Apuração do capital de giro;
2. Campanha de marketing em redes sociais;
3. Fechamento de parcerias para expansão do app;
4. Contínuo investimento no crescimento local e análise dos índices de sucesso.

3. Expansão

SET, OUT, NOV 2023

- 3.1. Análise do panorama geral e decisão sobre possível expansão para nova localidade;
2. Pesquisa e desenvolvimento;
3. Registro de marca;
4. Parcerias com empresas ESG.



5 JOVENS, UMA IDEIA INOVADORA

O NOSSO OBJETIVO É TRAZER INCLUSÃO



Luísa Manoela

Diretora de Design



Gustavo

Diretor de Tecnologia



Guilherme

Diretor Executivo



Henrique

Diretor Financeiro



Julia

Diretora de Marketing