

dela 

CORONATHON 2020

Entrega Final | App “Dela”

GRUPO 48

Beatriz Bessa

Isabela David

Lucas Freiria

Marjorie Muniz

Victoria Storace

Vitória Rosa

DESAFIO

O desafio escolhido pelo grupo foi o **#Empreendedorismo**

“Como podemos identificar, entre quem busca emprego e renda, perfis empreendedores e orientar essas pessoas para o empreendedorismo?”

A partir da pergunta-tema, foram definidas linhas de investigação para uma pesquisa exploratória inicial, a fim de identificar setores e perfis em vulnerabilidade pós crise, tendo em vista que **situação de carência econômica pode favorecer um contexto de formação de empreendedores** -- especialmente os chamados empreendedores por necessidade (SEBRAE).

Pesquisa exploratória

Linhas de investigação: quais são os negócios que estão surgindo pós covid, quais são os negócios que estão morrendo (MEIs e MPEs), quais tipos de demandas são pontuais, quais têm tendência a continuar, etc.

Mundo depois da Covid-19? São estas as 10 tendências

10 negócios que recusam o contato

Matriz CSD

Áreas
Cursos e Consertos/Reform
Revendedores
Atividades
Entretenimento

Delivery de serviços

Linhas de pesquisa exploratória levantadas e board de trabalho no Miro

PESQUISA EXPLORATÓRIA

Durante a pesquisa exploratória, foram extraídos insights referentes ao mercado em geral, observando-se uma **tendência de vulnerabilidade** em grupos sociais específicos, em especial o de mulheres e de trabalhadores informais.

EXPRESSO

Empregos informais: os mais vulneráveis à crise da pandemia

Marcelo Roubicek 17 de mar de 2020 (atualizado 27/03/2020 às 14h20)

Trabalhadores sem carteira assinada respondem por 40% do mercado. Após críticas ao primeiro pacote apresentado pelo ministro Paulo Guedes, governo anuncia medidas diretas para essa parcela da população

Nexo Jornal, mar/2020

Sectors most at risk

Many of those still working, especially health workers, are at the frontline, fighting the virus and making sure that people have their basic needs met, including workers in transport, agriculture, and essential public services. Globally, there are **136 million workers** in human health and social work activities, including nurses, doctors and other health workers, workers in residential care facilities and social workers, as well as support workers, such as laundry and cleaning staff, who face serious risk of contracting COVID-19 in the workplace. Approximately 70 per cent of jobs in the sector are held by **women**.

OIT, abr/2020

Recessão gerada pela pandemia impacta mais mulheres e negros no mercado de trabalho

Impacto maior para as mulheres acontece por serem maioria no trabalho doméstico e minoria em boa parte dos serviços essenciais. População negra é impactada por ter maior participação na informalidade, primeiros postos a serem afetados na crise.

Por Paula Salati, G1
30/05/2020 11h33 - Atualizado há uma semana



G1, mai/2020

Quem são as pessoas mais vulneráveis?

Epidemias e crises econômicas podem ter um impacto desproporcional sobre certos grupos populacionais e levar ao aumento da desigualdade.³ Dada a experiência com casos anteriores e as informações atualmente disponíveis sobre a crise da COVID-19, bem como o conhecimento adquirido em crises anteriores, vale destacar os grupos populacionais listados abaixo:

- **pessoas com problemas de saúde subjacentes ou idosas**, com risco aumentado de problemas graves de saúde;
- **jovens**, que precisam enfrentar uma alta taxa de desemprego e subemprego, e são mais vulneráveis a uma diminuição na demanda por trabalho, como foi visto na esteira da última crise financeira global. **As(os) trabalhadoras(es) mais velhas(os)** também são mais vulneráveis economicamente. Após a epidemia do MERS, ficou claro que as(os) trabalhadoras(es) mais velhas(os) tinham maior probabilidade do que as(os) jovens de ficarem desempregadas(os) e subempregadas(os) ou ter redução de horas de trabalho;⁴
- **mulheres**, como resultado do extenso trabalho que realizam em setores mais afetados (principalmente serviços), ou por realizar trabalhos de linha de frente para lidar com a pandemia (por exemplo, enfermeiras). Segundo estimativas da OIT, 58,6% das mulheres que trabalham em todo o mundo o fazem no setor terciário, em comparação com 45,4% dos homens. As mulheres têm menos acesso aos serviços de proteção social e suportam uma carga de trabalho desproporcional na economia da cuidados, particularmente no caso de fechamento de escolas ou centros de assistência (OIT, 2018).⁵;
- **trabalhadoras(es) sem proteção social**, em particular trabalhadoras(es) autônomas ou pessoas com emprego esporádico ou que trabalham com plataformas digitais, são especialmente suscetíveis de serem afetados pelo vírus, pois não têm direito à licença médica ou por doença remunerada, e são menos protegidas(os) por mecanismos convencionais de proteção social ou outros meios de compensação por flutuações de renda; e
- **trabalhadoras(es) migrantes**, particularmente vulneráveis aos efeitos da crise da COVID-19 que restringirão sua capacidade de deslocar-se para o local de trabalho em seus países anfitriões e retornar para suas famílias.

OIT, abr/2020

PESQUISA EXPLORATÓRIA

Ainda, ao explorarmos **especificamente o perfil da mulher** - tanto no contexto atual quanto em cenários pré crise - foi possível identificar uma série de oportunidades que poderiam justificar uma atuação direcionada para o público feminino.

1ª linha de pesquisa

MULHER EMPREENDEDORA PRÉ-CRISE

- Proporção de negócios por **necessidade** historicamente maior no grupo das mulheres
- Parcela expressiva das mulheres Donas de Negócio trabalhando em seu **domicílio**
- Mulheres MEI envolvidas predominantemente em atividades relacionadas à **beleza, moda e alimentação**.



Fonte: Relatório Empreendedorismo Feminino no Brasil (SEBRAE, mar/2019)

2ª linha de pesquisa

CONTEXTO DA MULHER DURANTE A CRISE

Historicamente, a mulher empregada doméstica sem carteira assinada corresponde a mais de 70% dos trabalhadores na área de serviços domésticos (IBGE, 2018). O trabalho doméstico com carteira assinada corresponde a 14,6% dos empregos formais das mulheres brasileiras (OIT, 2017).

- Mulheres super-representadas nos setores de **saúde, turismo e serviços**, os quais se encontram dentre os mais afetados pela crise. (Organização Internacional do Trabalho, 2020).
- Brasil possuindo a maior população de **empregados domésticos** do mundo (OIT, 2017), população composta principalmente por mulheres e em vulnerabilidade por conta da pandemia.
- Mulheres em isolamento social submetidas a uma **jornada tripla de trabalho**, acumulando responsabilidades com a casa e os filhos, na ausência de creches e escolas (Folha S. Paulo, 2020)

3ª linha de pesquisa

MULHER EMPREENDEDORA PÓS-CRISE

- Histórico de **trabalho com carteira assinada** antes da abertura de seu próprio negócio (55% das mulheres)
- Maior parte das empreendedoras brasileiras atuando no setor de **serviços** (6 em cada 10 mulheres)
- Interrupção de atividades** de 39% das empreendedoras; dentre essas, 62% pertencentes às classes DE.



Fonte: Pesquisa Empreendedoras e Coronavírus (RME e Locomotiva, abr/2020)

REFINO DO PROBLEMA

Considerando os resultados da pesquisa exploratória, foi possível definir o **público alvo** e refinar o **problema** que seria atacado no momento de ideação.

PÚBLICO ALVO (cliente foco da ideação):

Mulheres no mercado de trabalho

PERGUNTA-PROBLEMA:

Como identificar mulheres em situação de vulnerabilidade que tenham **tendência** a empreender por necessidade e aumentar a **taxa de sucesso** delas?

POSSÍVEIS LINHAS DE ATUAÇÃO:

- ▶ Incentivo ao empreendedorismo para **empreendedoras** em vulnerabilidade pós crise, que precisarão pivotar ou reinventar seu modelo de negócios;
- ▶ Incentivo ao empreendedorismo para mulheres em necessidade de **recolocação profissional** pós crise;
- ▶ Incentivo ao empreendedorismo para mulheres em busca de **alternativas profissionais** que viabilizem suas demandas domésticas e com os filhos;
- ▶ Aumento da taxa de sucesso de empreendimentos que surgirão por **necessidade** e sem a estrutura devida.



DORES E GANHOS

Por fim, para direcionar a etapa seguinte do projeto (ideação), foi realizado um mapeamento inicial das **principais dores e respectivos ganhos atrelados** referentes ao público-alvo definido. Vale ressaltar que, ao longo da ideação, essas dores ainda poderão ser refinadas via análises mais robustas de bancos de dados.

DORES

- ▶ As mulheres “donas do negócio” ganham cerca de **22% a menos** que os homens na mesma condição (SEBRAE 2019)
- ▶ **58,6% das mulheres trabalham no setor terciário** (prestação de serviços), que foram os mais afetados pela crise (vagas e rentabilidade)
- ▶ 76% das empreendedoras sentiu um aumento do trabalho doméstico durante a pandemia e para 65% delas, este aumento tem **atrapalhado o negócio**
- ▶ 53% das mulheres empreendedoras não contam com **reserva financeira**. Além disso, as mulheres possuem maior dificuldade na aquisição de crédito que os homens, apesar de serem menos inadimplentes.
- ▶ Mulheres que atuam como **empregadas domésticas** têm apresentado dificuldades para continuar em seus empregos. Dentre essas, a grande maioria é trabalhadora informal e não possui direitos trabalhistas para mantê-las durante a crise;
- ▶ Mulheres em geral tendem a ser **menos confiantes do que homens na mesma posição**, e o mesmo vale para mulheres que estejam em um empreendimento próprio.

GANHOS

- ▶ Aumento da taxa de sucesso configura aumento de rentabilidade do negócio
- ▶ Mulheres em contexto de re colocação profissional podem se tornar novas empreendedoras na crise
- ▶ Estímulos que favoreçam mães empreendedoras podem incentivar novas mães a empreender
- ▶ Aumentar a rentabilidade de empreendimentos de mulheres no contexto de crise implicam redução do endividamento feminino
- ▶ O Brasil possui o maior contingente de empregadas domésticas do mundo, cuja necessidade de re colocação gera um potencial elevado de abertura de novos negócios
- ▶ Equiparar a rentabilidade de negócios femininos e masculinos pode impactar na redução desse tipo de viés.

PERSONAS

Para orientar a ideação, a partir das dores e das possíveis linhas de atuação levantadas ao final da imersão, foram utilizadas duas técnicas para o enquadramento das ideias: criação de **Personas** e levantamento de How Might We Questions (HMW).

PERSONAS: QUEM SÃO NOSSAS POTENCIAIS CLIENTES?



SANDRA, 32

► Manicure e esteticista

- Foi dispensada durante a pandemia e não tem previsão de volta
- Mãe solo de 3 filhos, não tem com quem deixá-los para procurar emprego

- Começou a oferecer seus serviços pelas **redes sociais**, mas não possui conhecimentos técnicos e nem competências para isso, por isso seus resultados não são satisfatórios
- Gostaria de dar um jeito de expandir mas não sabe como.

- Mesmo migrando para o meio digital, ela continua sentindo a **redução da demanda pelos serviços que oferece** e tem tido dificuldades para manter o seu padrão de vida por conta das **dificuldades financeiras**



DORA, 60

► Dona de casa

- Em razão da pandemia, seu marido perdeu o emprego e ela se viu tendo que ajudar a sustentar a casa
- Como **cozinheira**, viu uma oportunidade de ganhar dinheiro vendendo quitutes

- Começou a divulgar e vender seus doces e salgadinhos de festa com a ajuda da filha
- Os seus compradores são **vizinhos e conhecidos**
- Produz tudo sozinha e hoje já conta com diversas encomendas

- Não sabe como **administrar** tempo e nem os valores gastos na produção
- A depender da precificação que ela decide fazer, ela às vezes **sofre prejuízo** e por isso acredita que o seu negócio não se manterá por muito tempo ("é só uma ajudinha temporária").



PAULA, 46

► Dona de uma pequena loja de roupas

- Com a pandemia teve que **fechar seu negócio**, o que a prejudicou muito
- Solteira e sem filhos, não tinha reserva e ficou sem renda

- Pensou em começar a vender parte do seu estoque de roupas **pela internet**, para obter uma renda alternativa
- Não faz ideia de como funciona essa logística e nem por onde começar (quais sites usar, como divulgar, etc.)

- Gostaria de começar esse novo negócio do jeito certo, pois vê uma oportunidade para **expandir** o seu antigo negócio depois da crise e **não perder seus clientes** originais.

HOW MIGHT WE QUESTIONS

HMW: COMO PODEMOS SOLUCIONAR AS DORES DAS PERSONAS?

Como podemos atuar nos 60% de mulheres empreendedoras que fracassam no desenvolvimento do seu próprio negócio?

Como podemos atuar para aumentar o engajamento das mulheres em eventos sociais relacionados ao trabalho?

Como podemos alocar mulheres do setor de serviços para o empreendedorismo?

Como podemos atuar para gerar mais confiança para a mulher empreendedora?

Como podemos atuar para desenvolver soft skills nas mulheres empreendedoras?

Como podemos identificar mulheres em situação de vulnerabilidade que têm tendência a empreender?

Como podemos buscar mulheres com tendência a empreender nos setores em crise e incentivá-las para o empreendedorismo?

Como atuar nos 61% dos empreendimentos que se mantiveram abertos na pandemia e nos 47% que foram reduzidos?

Como podemos recolocar no mercado a parcela de 1/3 de mulheres empreendedoras que ficaram sem renda na pandemia?

Como atuar junto aos 44% de mulheres empreendedoras que declaram não saber realizar vendas online?

Como atuar nos 48% de empreendimentos realizados por mulheres que ainda serão impactados pelo corona?

Como atuar na educação financeira das mulheres empreendedoras?

Como atuar na manutenção de empreendimentos femininos que não terão como manter sua infraestrutura atual?

Como podemos fazer com que empreendimentos no setor de serviços sejam mais bem sucedidos apesar da pandemia?

A partir das MWQ, foi realizado um **brainstorming de possíveis soluções**. A partir dessas ideias iniciais, foi desenhada e refinada a **solução principal**, a ser desenvolvida e validada pelo grupo.

GERAÇÃO DE IDEIAS

BRAINSTORMING: DESDOBRAMENTOS DAS HMW QUESTIONS

- ▶ Plataforma para contratação de serviços
- ▶ Canal de vendas de produtos
- ▶ Quiz de perfil para identificar competências
- ▶ Cursos de finanças, negócios e marketing simplificados para empreendedoras
- ▶ Ferramenta de gastos, com calculadora de receitas/saídas e impostos
- ▶ Match com conteúdos de capacitação e sócias com competências complementares
- ▶ Curadoria de conteúdos feita por mulheres que queiram apoiar a causa
- ▶ Canal de doações para incentivo e manutenção de negócios femininos

Ideias de possíveis produtos e serviços

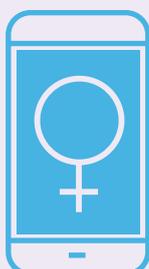
- ▶ Divulgação física para atrair mulheres em vulnerabilidade
- ▶ Coronavírus: avisos e orientações para higienização
- ▶ Incentivo a venda de produtos próprios para financiamento inicial
- ▶ Mapear demandas locais e incentivar empreendimentos nesse sentido

Ideias de divulgação

- ▶ Solução focada em “ajudar a comunidade”
- ▶ Sororidade no auxílio a mulheres em vulnerabilidade
- ▶ Conteúdos personalizados para mulheres

Ideias de estratégias de engajamento

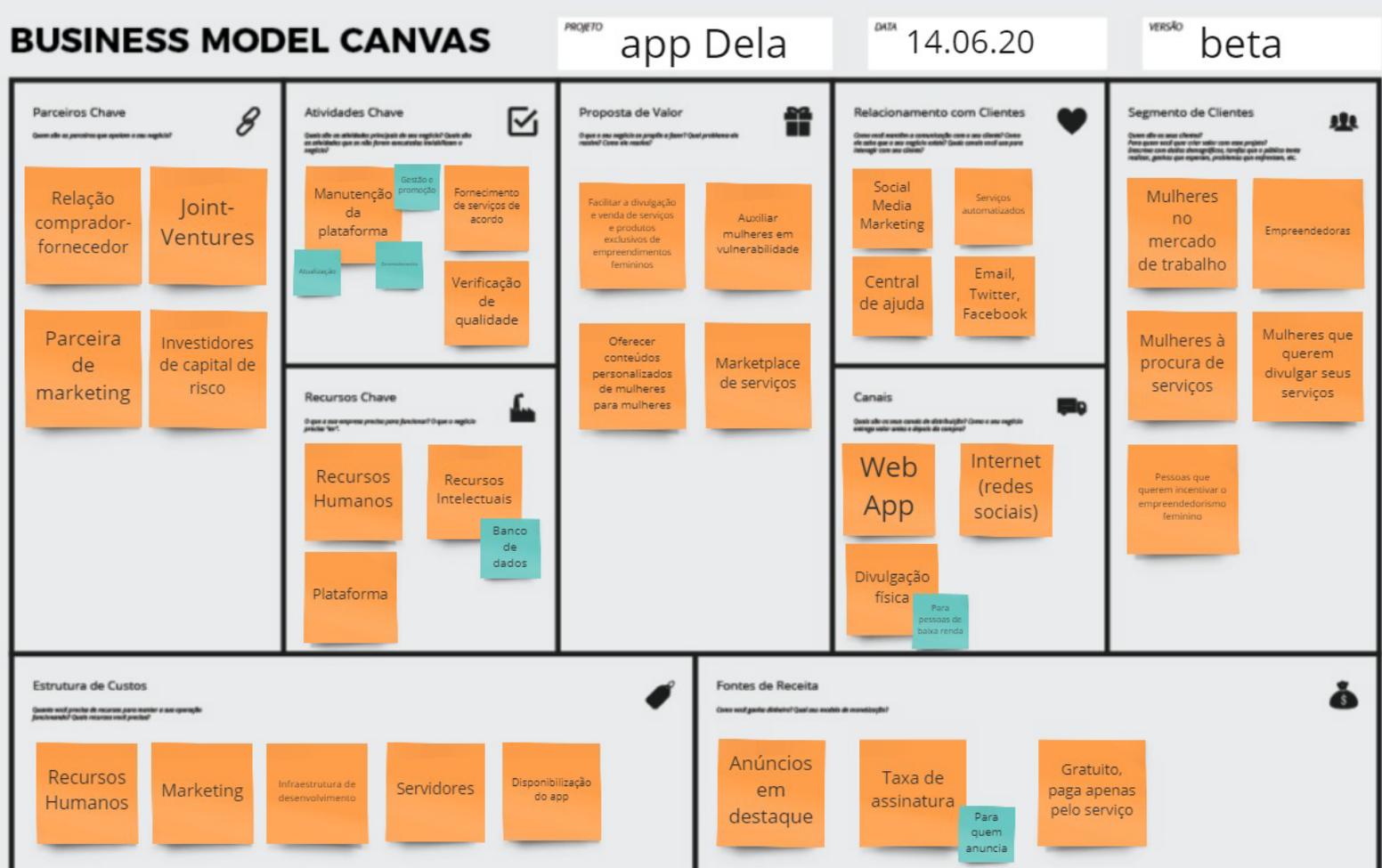
SOLUÇÃO REFINADA: APLICATIVO e WEB APP “DELA”



Aplicativo e/ou web app para divulgação e venda de serviços e produtos exclusivos de empreendimentos femininos

BM CANVAS

Para estruturação e estudo de viabilidade do negócio, por meio da metodologia do **Business Model Canvas**, foi realizada uma análise quanto aos parceiros, atividades e recursos necessários para a solução. Além disso, foi realizado um refino da proposta de valor e dos principais segmentos de clientes do produto, destacando modelos e canais de relacionamento com esse mesmo cliente. Por fim, também foi possível comprovar a viabilidade financeira a partir da relação de custos e fontes de receita necessários para que o serviço seja operacionalizado.



FUNCIONALIDADES

Com a definição da solução (aplicativo e web app “dela”), foram levantadas, em conjunto com todo o grupo, uma série de funcionalidades que poderiam **integrar esse novo serviço**. Em um segundo momento, seria analisada a viabilidade e a relevância dessas funcionalidades na criação de um MVP.

Cadastro de produtos e serviços

Pagamento no aplicativo

Quiz de perfil

Lista de produtos e serviços

Acesso a cursos

Cadastro de apoiador

Cadastro de empreendedora

Cálculo automático de impostos

Delivery

Doação

Central de notícias

Sugestão de produtos e serviços por interesse

Filtro para restringir a clientes (apoiadoras) mulheres

Indicação de conhecidas

Cadastro de interesses (no cadastro de usuário)

Acesso à localização

CRM

Sugestão de parceiras a partir da competência (output do teste de perfil) e nicho

Geomarketing para divulgação e engajamento

Questionário socioeconômico

Acesso a redes sociais do usuário

Sugestão de cursos por competências

Autenticação da identidade do usuário (envio / validação de documento, OCR)

Cadastro manual de entradas e saídas financeiras (pelo usuário)

MVP

A partir das funcionalidades levantadas, foi realizada uma análise de esforço e impacto, com insumos dos membros especialistas em desenvolvimento e em negócio, para priorização das **funcionalidades essenciais** na criação do MVP.

Cadastro de produtos e serviços

Pagamento no aplicativo

Quiz de perfil

Lista de produtos e serviços

Acesso a cursos

Cadastro de apoiador

Cadastro de empreendedora

Cálculo automático de impostos

Delivery

Doação

Central de notícias

Sugestão de produtos e serviços por interesse

Filtro para restringir a clientes (apoiadoras) mulheres

Indicação de conhecidas

Cadastro de interesses (no cadastro de usuário)

Acesso à localização

CRM

Sugestão de parceiras a partir da competência (output do teste de perfil) e nicho

Geomarketing para divulgação e engajamento

Questionário socioeconômico

Acesso a redes sociais do usuário

Sugestão de cursos por competências

Autenticação da identidade do usuário (envio / validação de documento, OCR)

Cadastro manual de entradas e saídas financeiras (pelo usuário)

Legenda:



Essenciais para o MVP



Desnecessárias para o MVP mas interessantes no segundo momento



Não interessantes para a solução

MVP

TIPOS DE USUÁRIO:



► Usuário(a) apoiador(a):

Mulher ou homem que deseja incentivar o empreendedorismo feminino a partir da compra de produtos e serviços de negócios liderados por mulheres.



► Usuária empreendedora:

Mulher que deseja começar a empreender (por estar buscando uma recolocação profissional ou alternativas de renda) ou que já empreende e quer expandir a divulgação de seus negócios.

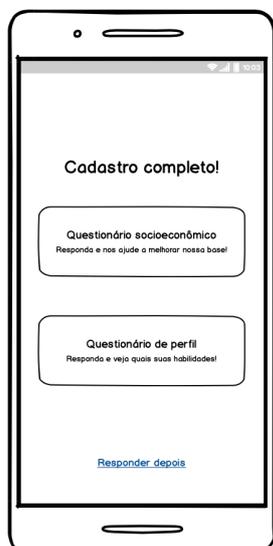
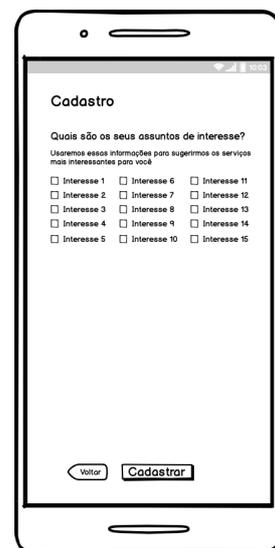
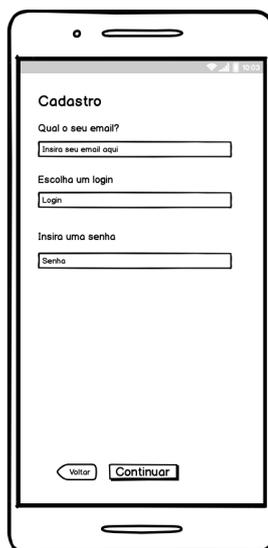
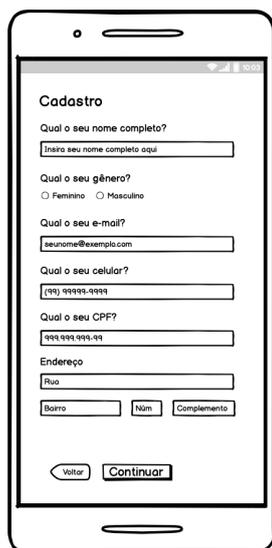
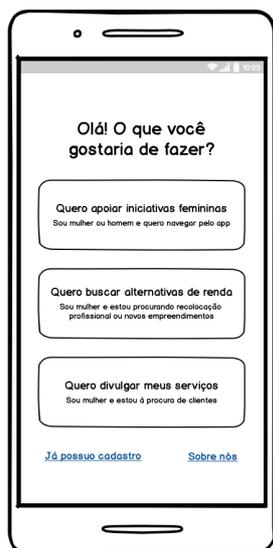
ESPECIFICAÇÃO DAS FUNCIONALIDADES ESSENCIAIS:

- **Cadastro de apoiador(a):** Eu, como pessoa (homem ou mulher) disposta a apoiar o empreendedorismo feminino, desejo poder realizar um cadastro no app para acessar os produtos e serviços disponíveis para venda / contratação
- **Cadastro de empreendedora:** Eu, como mulher empreendedora ou potencial empreendedora, desejo poder realizar um cadastro no app para divulgar os serviços e produtos do meu empreendimento atual e/ou para iniciar um novo empreendimento próprio.
- **Cadastro de interesses:** Eu, como usuário(a) apoiador(a), desejo poder cadastrar meus interesses no app para receber sugestões personalizadas a partir deles;
- **Cadastro de produtos e serviços:** Eu, como usuária empreendedora, desejo poder cadastrar meus produtos e serviços para divulgação no app;
- **Lista de produtos e serviços:** Eu, como usuário(a) apoiador(a), desejo poder ver a lista de produtos e serviços disponíveis no app para que eu possa navegar e escolher uma opção dentre eles;
- **Quiz de perfil:** Eu, como usuária empreendedora, desejo poder realizar um quiz dentro do app para descobrir minhas competências profissionais e receber sugestões personalizadas a partir delas;
- **Sugestão de produtos e serviços por interesse:** Eu, como usuário(a) apoiador(a), desejo poder receber sugestões de produtos e serviços no app com base nos meus interesses cadastrados;
- **Filtro para restringir a clientes (apoiadoras) mulheres:** Eu, como usuária empreendedora, desejo ter a opção de divulgar meus serviços e produtos no app exclusivamente para outras mulheres;
- **Sugestão de cursos por competências:** Eu, como usuária empreendedora, desejo receber sugestões de cursos e/ou dicas de capacitação no app baseadas nas competências que preciso desenvolver;
- **Cadastro manual de entradas e saídas (pelo usuário):** Eu, como usuária empreendedora, desejo poder cadastrar minhas entradas e saídas financeiras no app para ter visibilidade do meu fluxo de caixa.

WIREFRAME E FLUXO

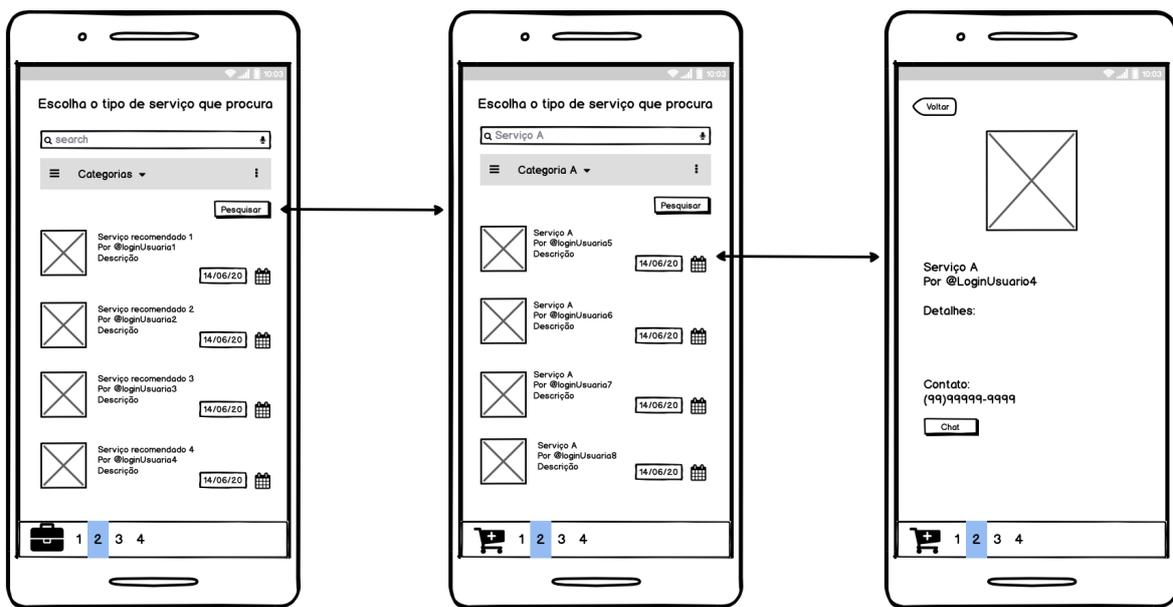
Como **protótipo inicial** (de baixa fidelidade), foi desenhado um wireframe usando o software Balsamiq, com o intuito de facilitar a visualização do fluxo de telas sugerido para o app / web app e orientar a prototipagem em alta fidelidade da solução final.

CADASTRO

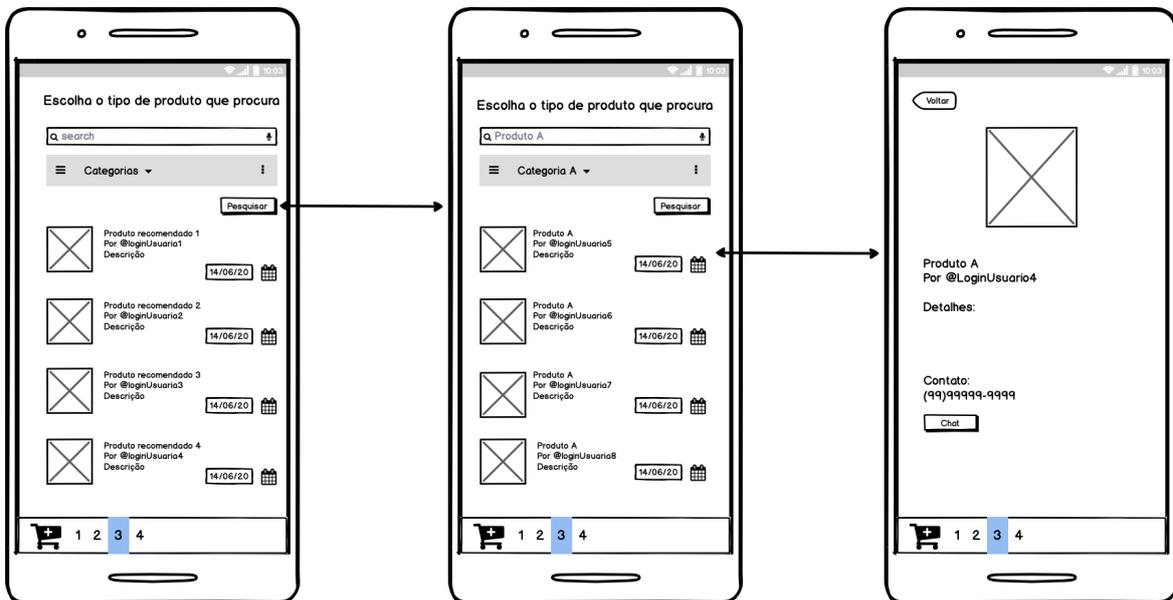


WIREFRAME E FLUXO

SERVIÇOS

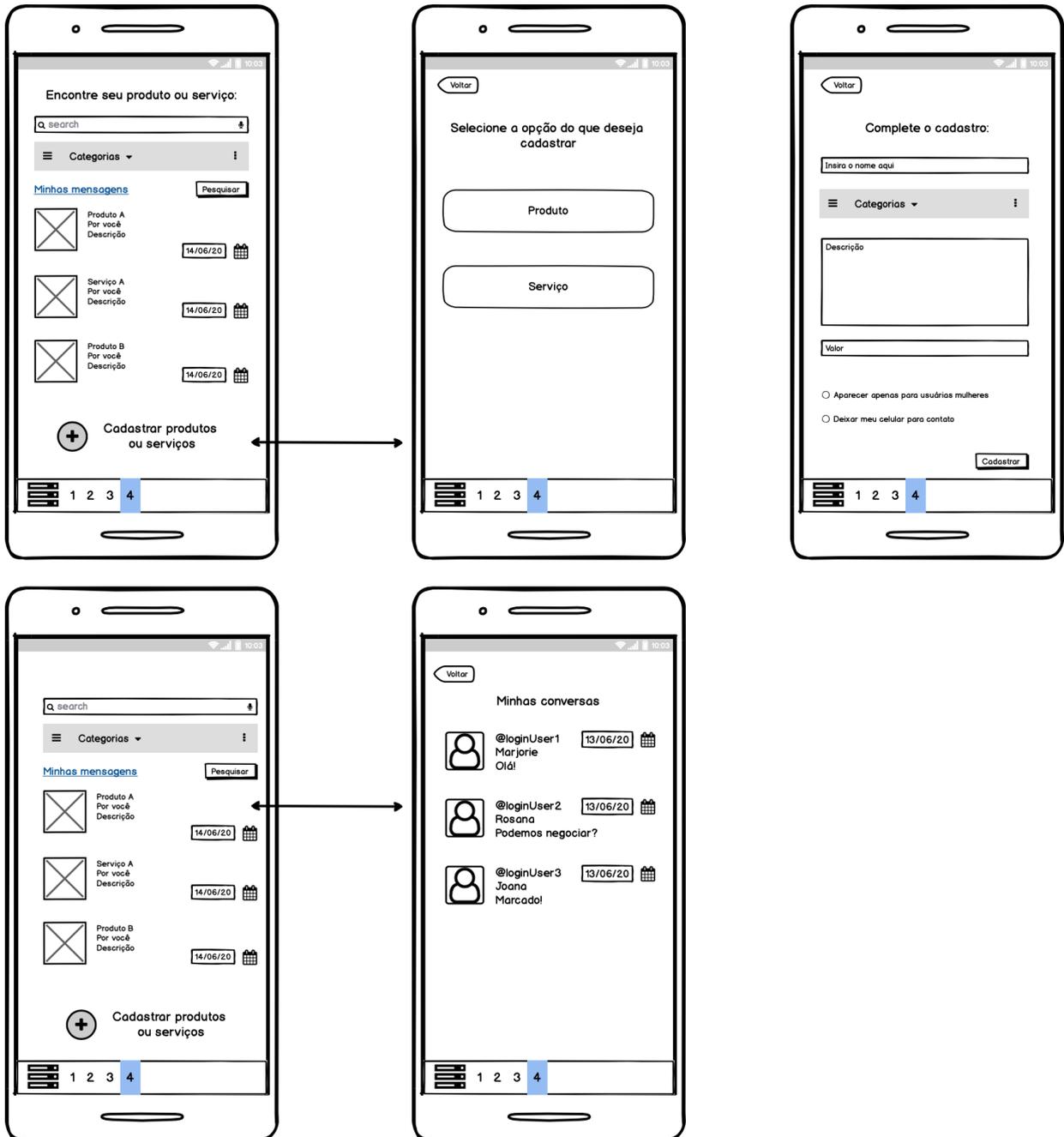


PRODUTOS



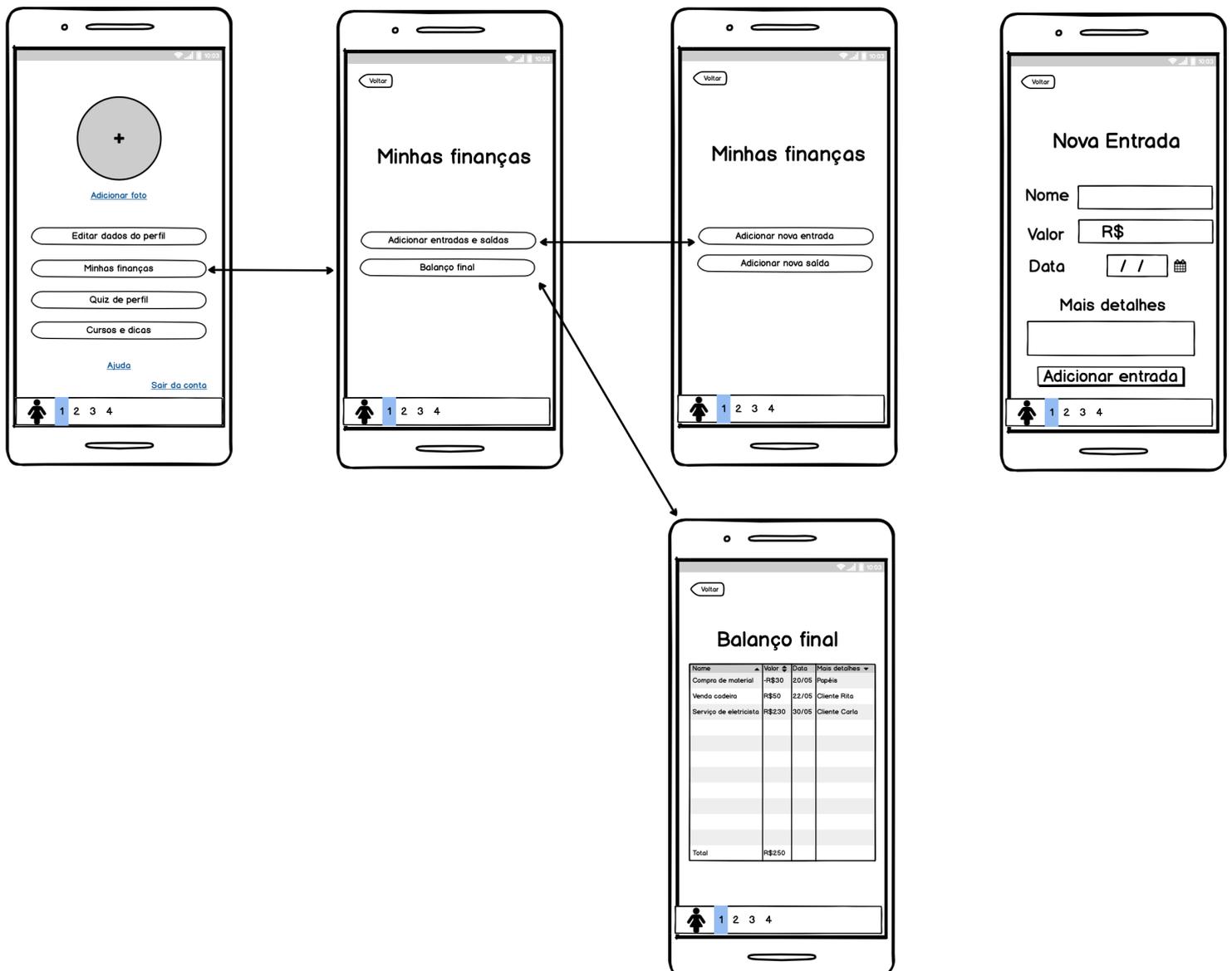
WIREFRAME E FLUXO

MINHAS OFERTAS (EMPREENDEDORA)



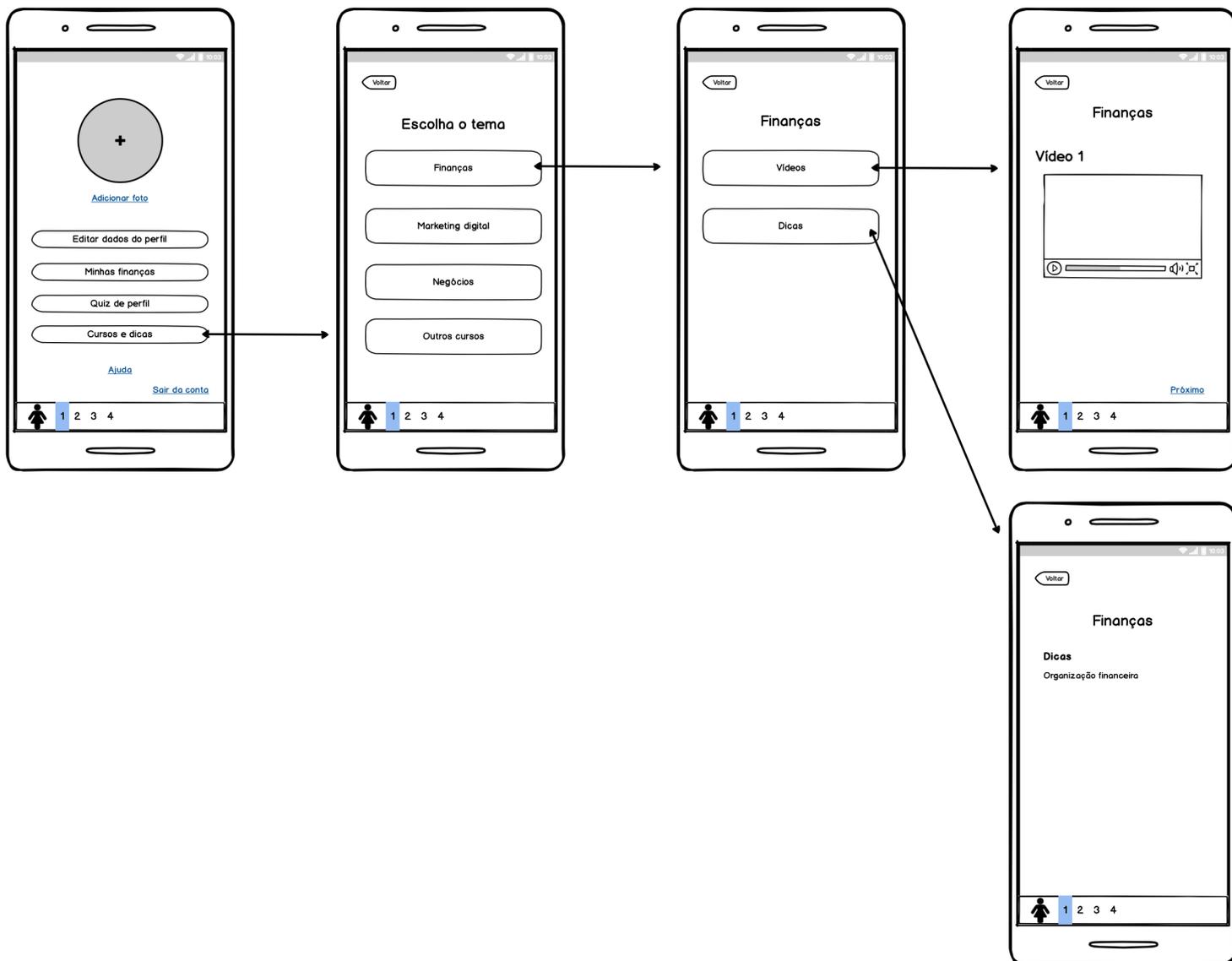
WIREFRAME E FLUXO

MINHAS FINANÇAS (EMPREENDEDORA)



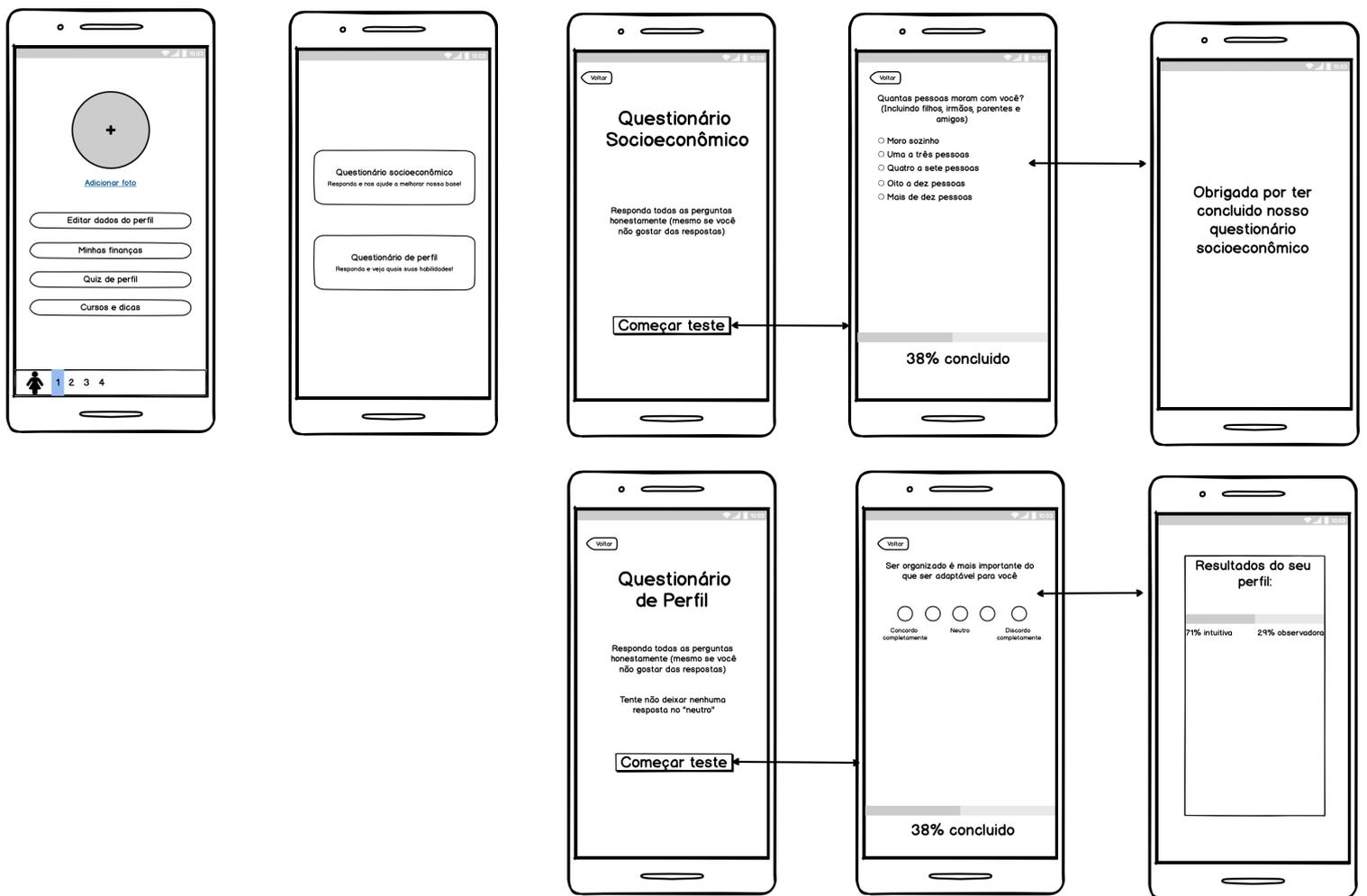
WIREFRAME E FLUXO

CURSOS E DICAS (EMPREENDEDORA)



WIREFRAME E FLUXO

QUIZ DE PERFIL

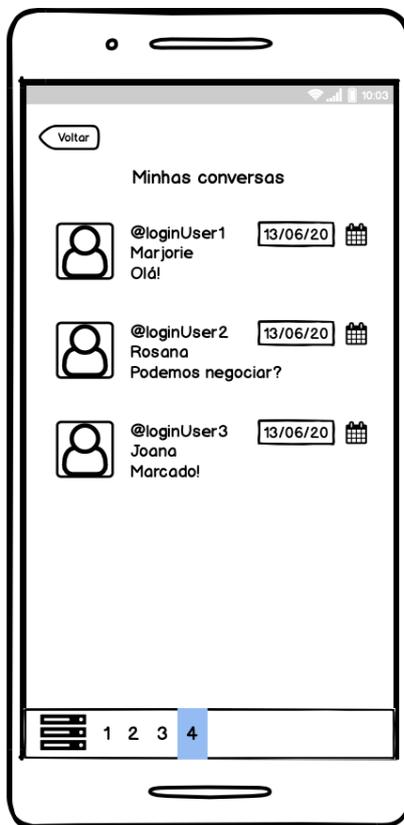


WIREFRAME E FLUXO

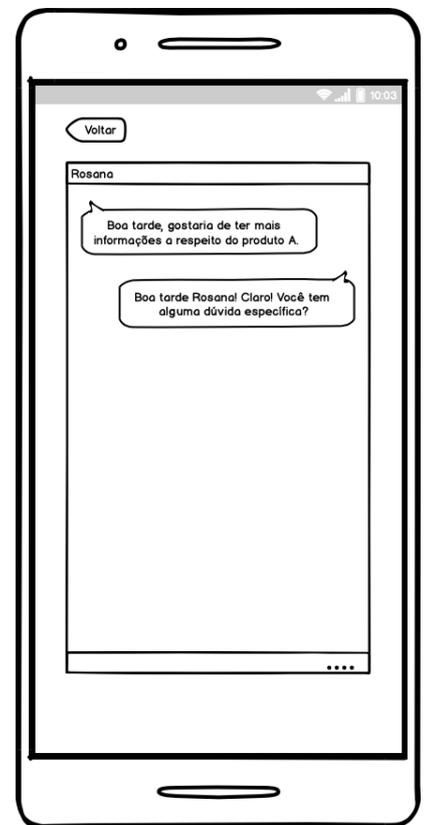
USUÁRIO APOIADOR



MINHAS CONVERSAS



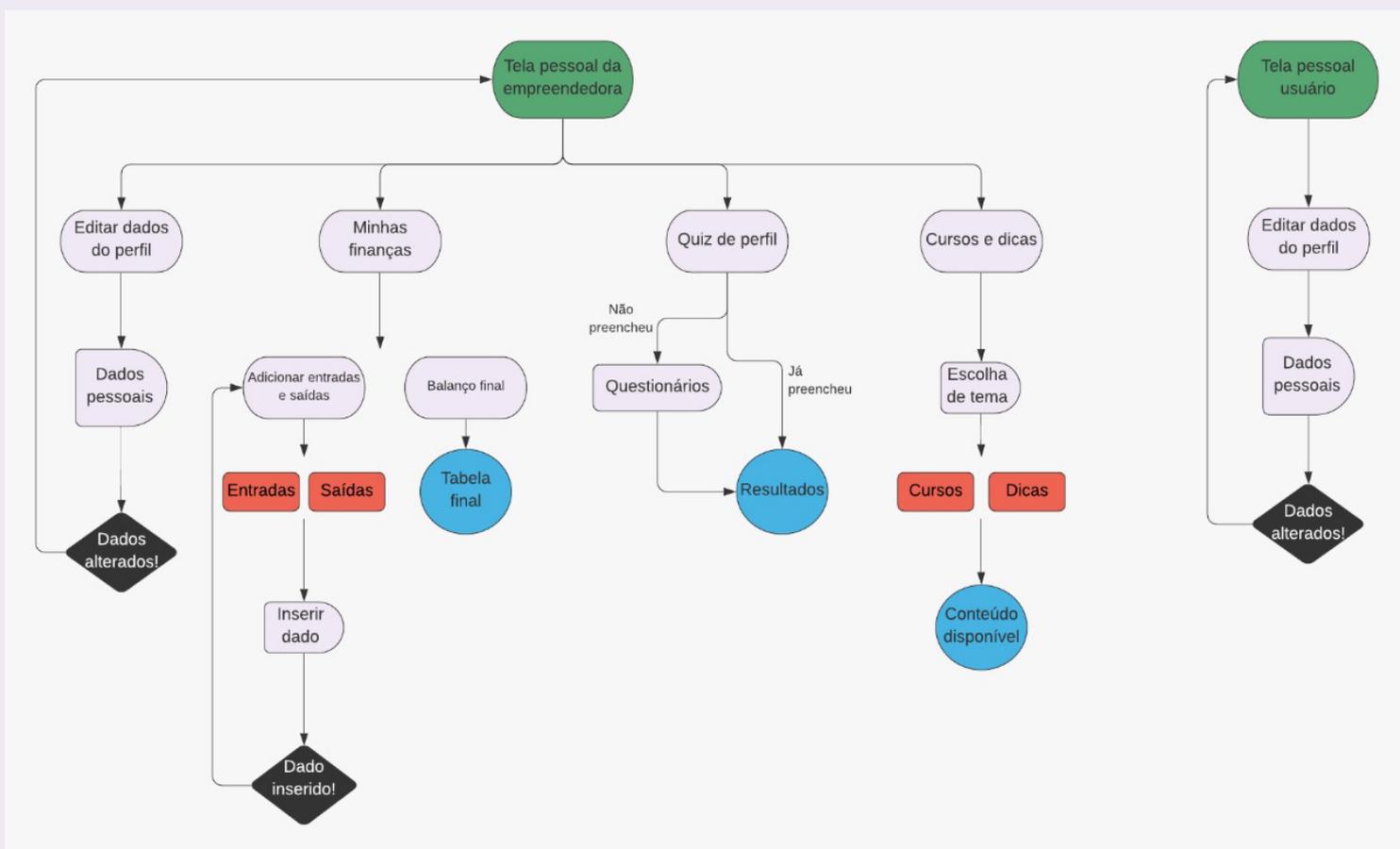
CHAT



WIREFRAME E FLUXO

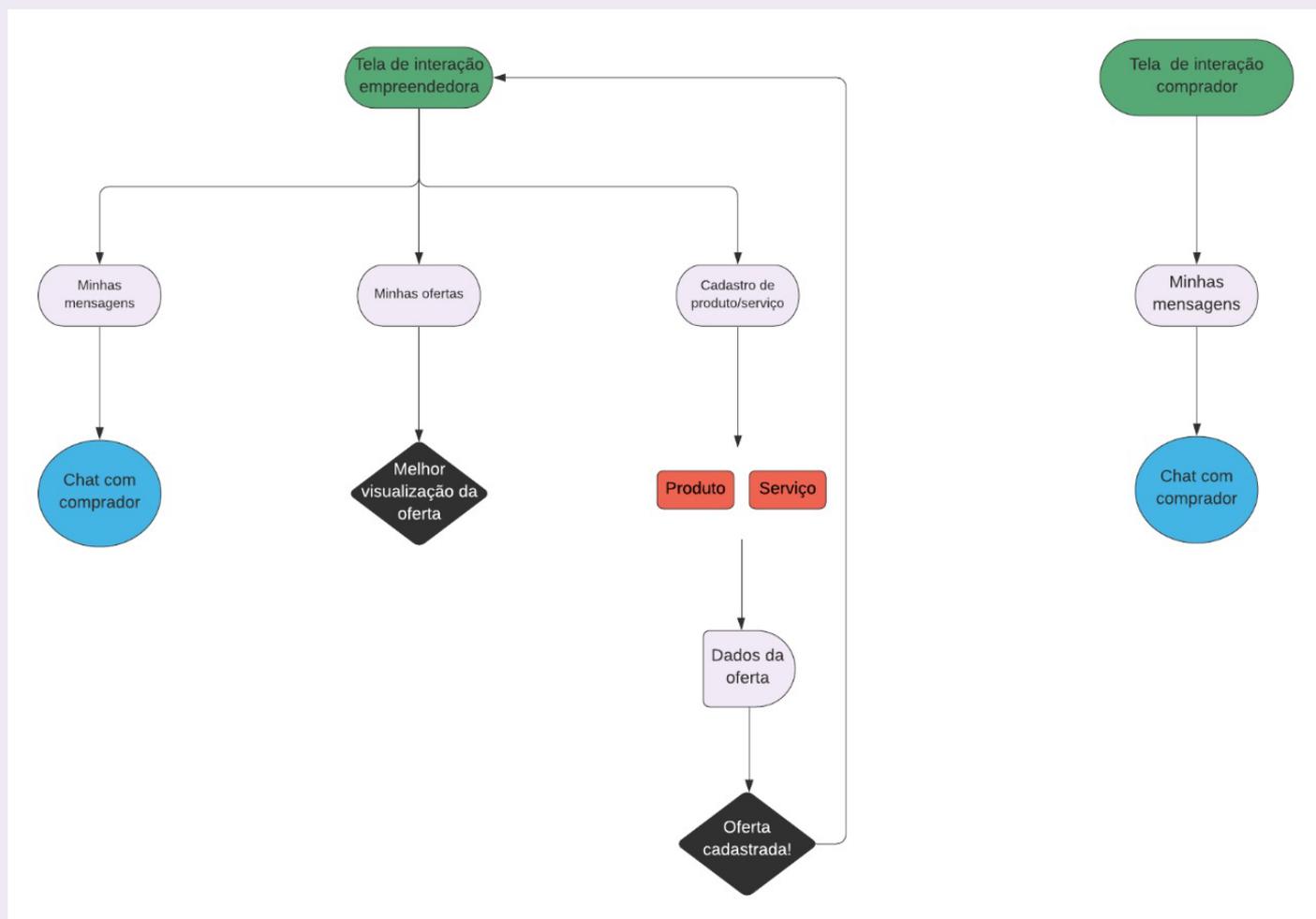
De maneira a suportar o wireframe, também foi elaborado o **fluxo do aplicativo**, permitindo uma visualização rápida da lógica entre telas e seções do app.

TELAS DE PERFIL

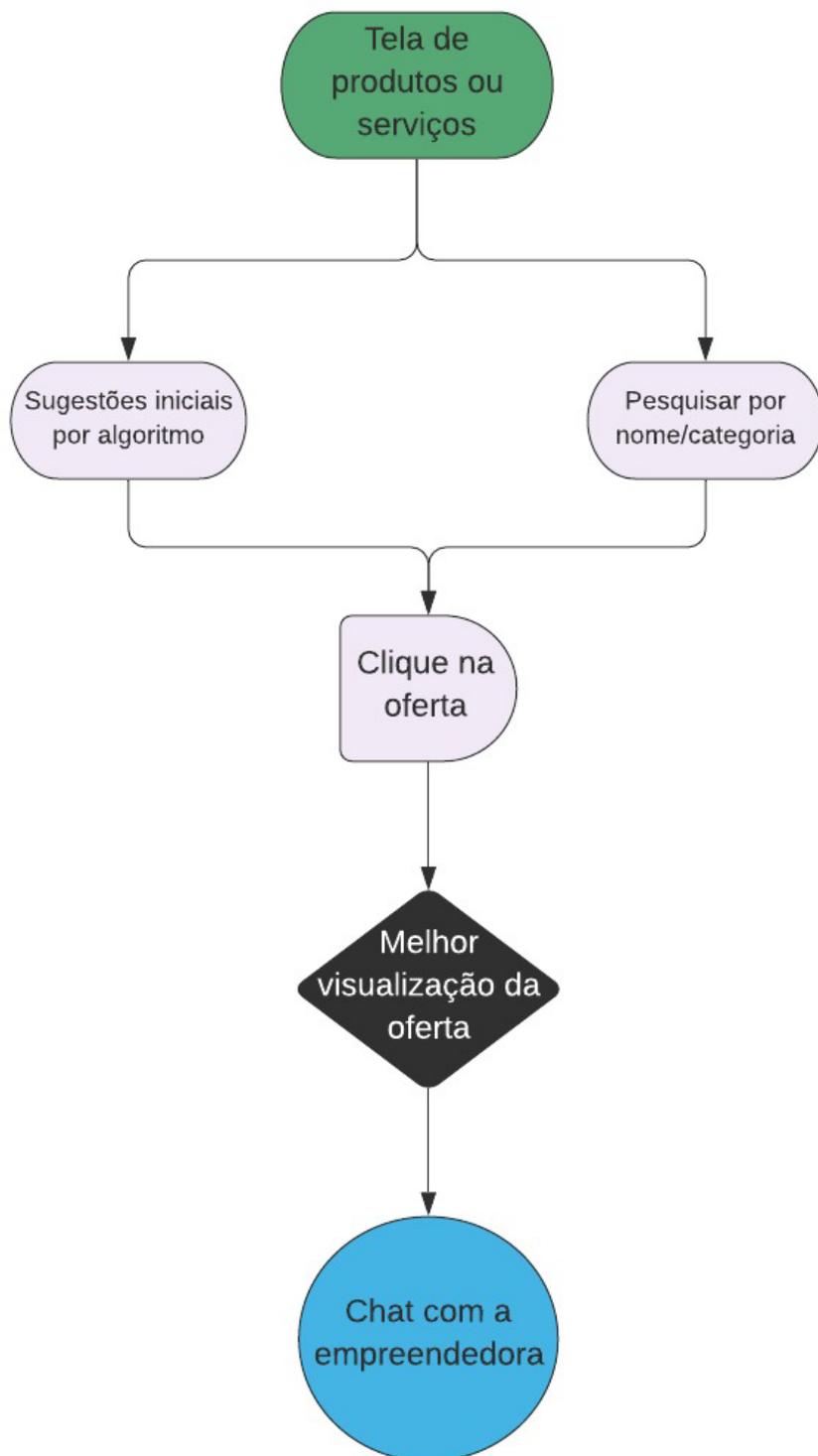


WIREFRAME E FLUXO

TELAS DE INTERAÇÃO



WIREFRAME E FLUXO



SOLUÇÃO FINAL

A solução final foi realizada utilizando o software Figma, permitindo uma **prototipação funcional e em alta fidelidade**. Foram desenhadas telas principais de cadastro e listas, para que fosse possível viabilizar futuros testes de usabilidade com a cliente final.



Link para o protótipo:
<https://tiny.cc/appdela>

dela 

OBRIGADA E OBRIGADO!

Grupo 48

Beatriz Bessa
Isabela David
Lucas Freiria
Marjorie Muniz
Victoria Storace
Vitória Rosa