

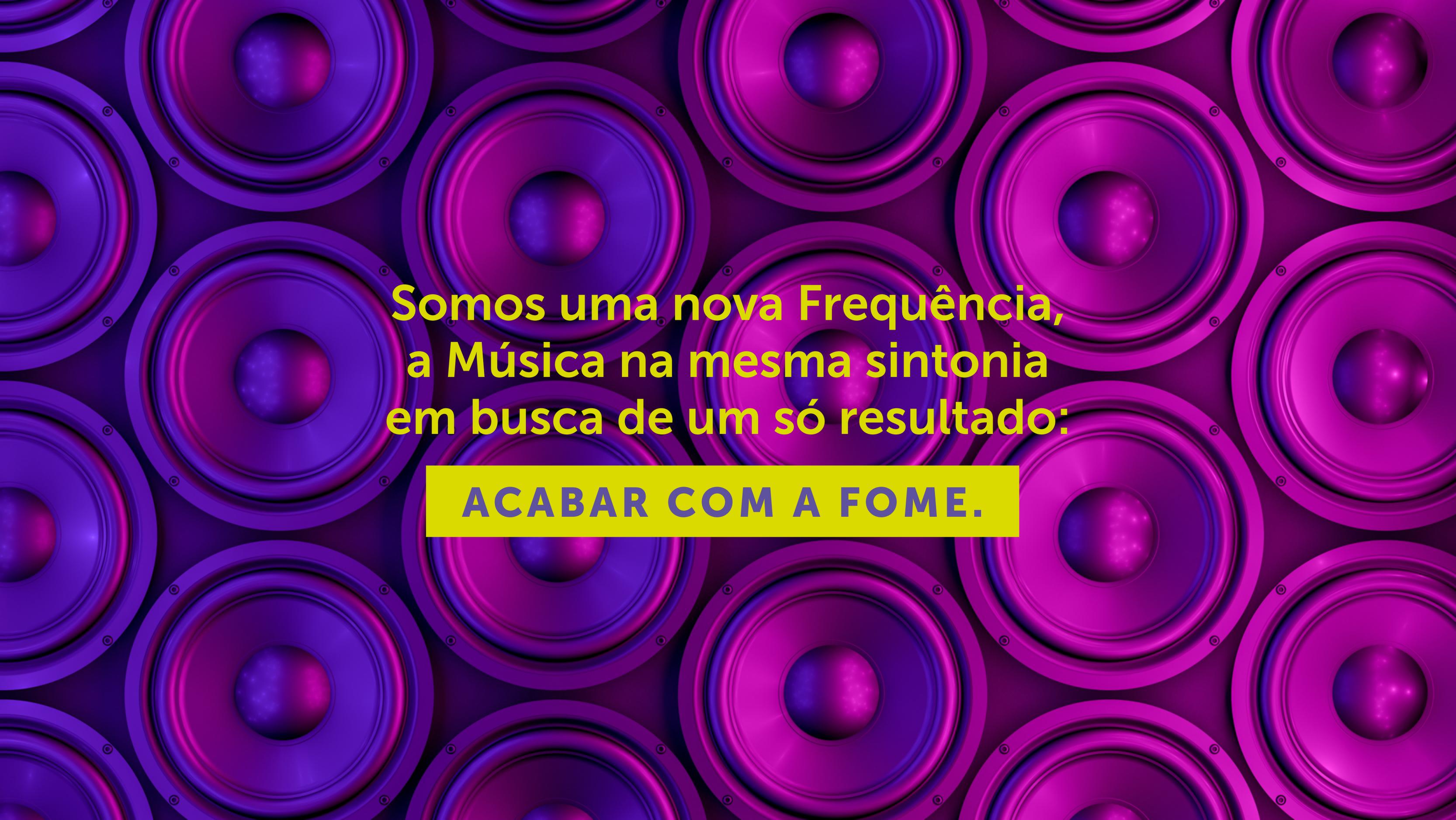


FOME DE **MÚSICA**

Somos a primeira geração da história da humanidade que produz mais alimentos do que consome.

**Então como ainda temos
fome no mundo?**

Porque desperdiçamos cerca de **50%** do que comemos e **não** distribuimos para quem precisa.



**Somos uma nova Frequência,
a Música na mesma sintonia
em busca de um só resultado:**

ACABAR COM A FOME.



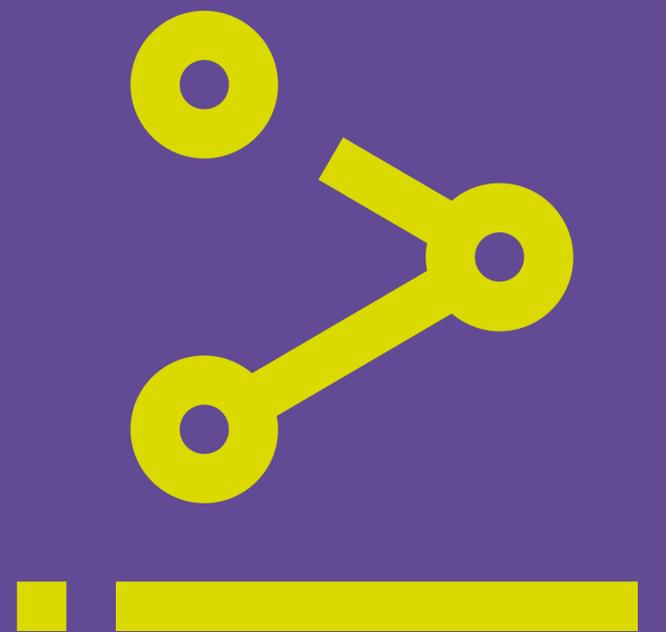
ARTISTAS,

MÚSICOS,

E EMPRESÁRIOS.

em um *movimento do bem* que
ajudará milhões de pessoas.

**Uma *tecnologia social*,
sem custos para qualquer parte,
mas potente em resultados finais.**



A doação de 1kg de alimento por pessoa, na cobrança da meia entrada de shows, festas, casas noturnas e festivais.



De pessoas...



Shows
Festivais
Peças de teatro
Casas noturnas
Streaming



Creches
Asilos
Escolas
ONGs.
Populações vulneráveis.

...para pessoas.

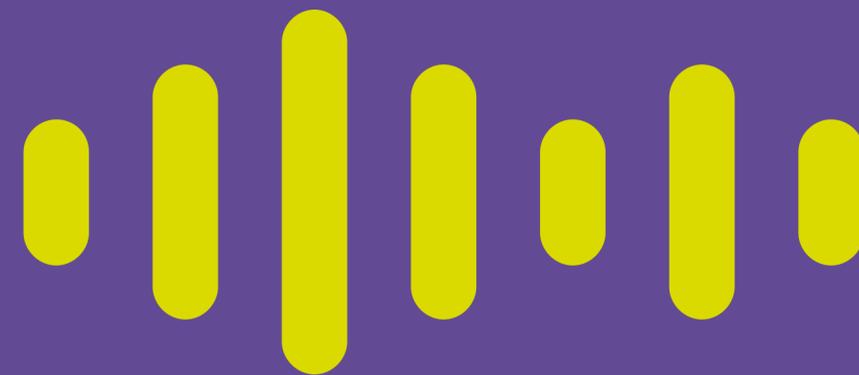


Nós somos os intermediários, a tecnologia social.



Simples.

**A música nos une
e é ferramenta de
transformação.**

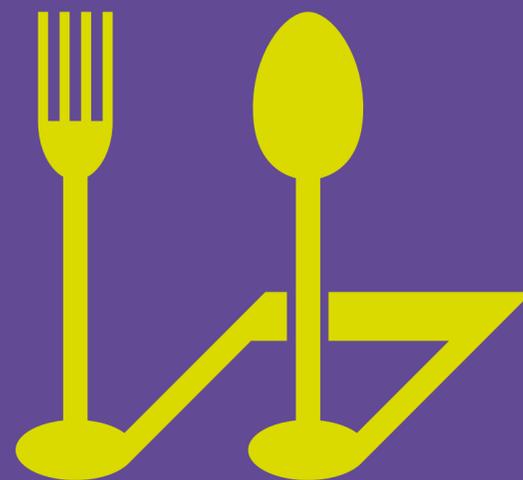


O que o público ganha com o FM?

Desenvolvimento do sentimento de cidadania e protagonismo nas mudanças sociais.

O que você ganha com o FM?

Relevância social, liderança pelo exemplo, conexão com a sociedade e protagonismo no design de futuro.



O que os beneficiados ganham com o FM?

Atendimento de uma necessidade básica para que consigam se posicionar em atividades produtivas.

Melhores serviços comunidade,
valor investido em entretenimento é
devolvido em crescimento social.

O que o público ganham com o FM?

PÚBLICO

Desenvolvimento do sentimento
de cidadania e protagonismo
nas mudanças sociais.

Pessoas protagonizando
o desenvolvimento
social de outras pessoas.

O que você ganha com o FM?

VOCÊ

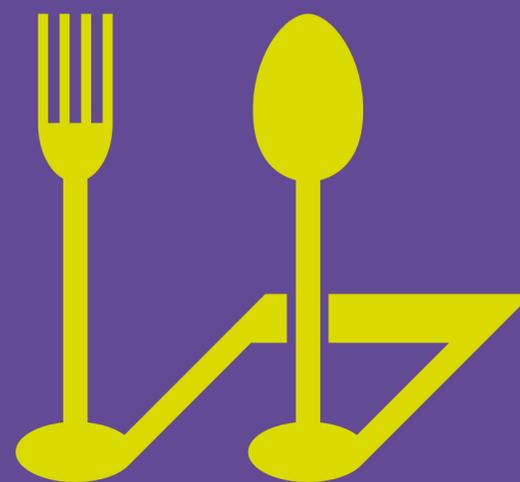
Relevância, liderança
pelo exemplo, conexão com
a sociedade e protagonismo
no design de futuro.

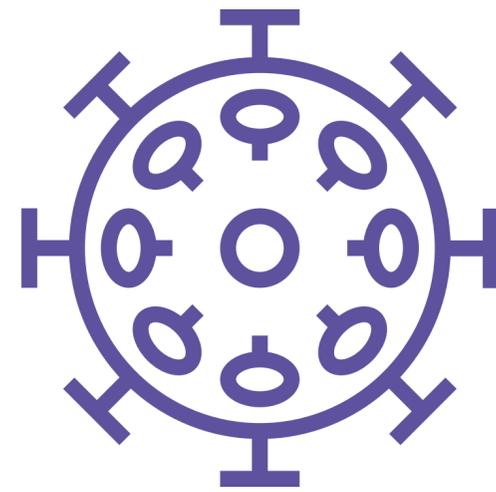
Mais pessoas capacitadas,
resultam em mais capital
humano, crescimento
econômico, aumento de mão de
obra e de base consumidora.

O que os beneficiados ganham com o FM?

BENEFICIADOS

necessidade básica para que
consigam se posicionar em
atividades produtivas.





EM TEMPOS DE COVID-19

CENÁRIO

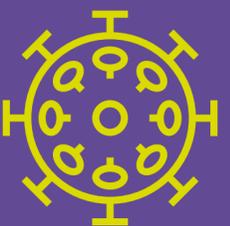
INCERTEZAS / PESSIMISMO / CRISE / QUESTIONAMENTOS

CONSEQUÊNCIAS

HIPER CONECTIVIDADE/ ANSIEDADE / DESEJOS DE MUDANÇA

OPORTUNIDADE

COMPARTILHAMENTO DA MENSAGEM /
CONSTRUÇÃO DE COMUNIDADE /
PARTICIPAÇÃO E PROTAGONISMO





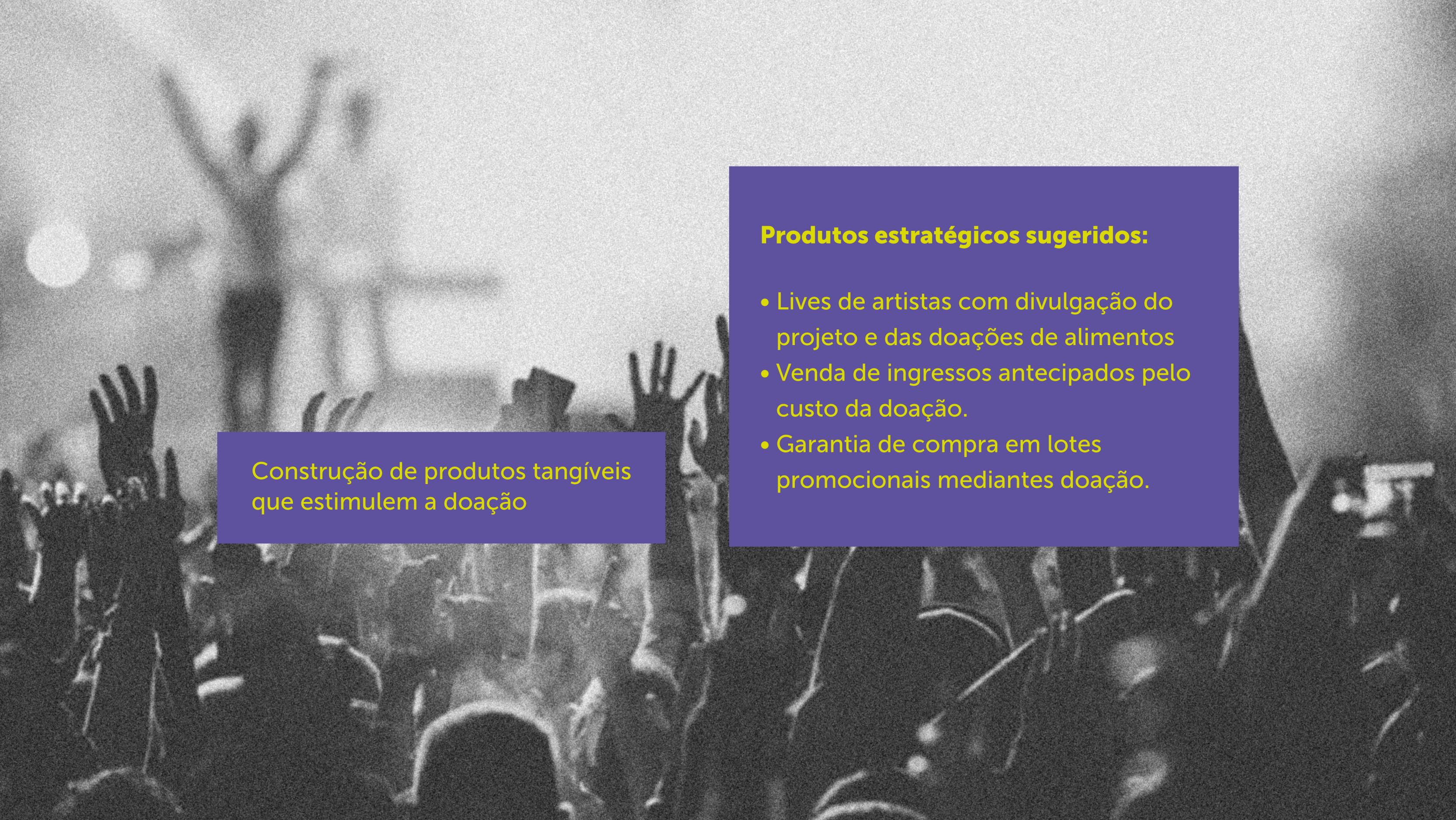
Lançamento
do projeto B2B

Prospecção
de parceiros

Construção de produtos
tangíveis que
estimulem a doação

Lançamento do
projeto B2C

Feedbacks e
resultado



Construção de produtos tangíveis
que estimulem a doação

Produtos estratégicos sugeridos:

- Lives de artistas com divulgação do projeto e das doações de alimentos
- Venda de ingressos antecipados pelo custo da doação.
- Garantia de compra em lotes promocionais mediante doação.



OBRIIGADO!