

Sumário

1.	Equipe do Projeto	3
2.	Sobre o Projeto	4
2.1.	Mercado	5
2.2.	Clientes	6
2.3.	Oferta e Concorrência	7
3.	Canvas Proposta de Valor	8
4.	Business Model Canvas	9

1. Equipe do Projeto

Gabriel Amara – 23 anos

Project Leader – Agile

Estudante de Análise e Desenvolvimento de Sistemas e atuante como Suporte Técnico na FlixBus, resolvendo tickets e liderando projetos para melhorar e automatizar as funções da empresa. Desempenhará o papel de liderança do projeto e desenvolvimento na área de Front-End. Possui domínio em organização e comunicação.

João Victor Porto – 18 anos

Project Manager – UX/UI

Estudante de Análise e Desenvolvimento de Sistemas e atuante na área de CX na Vivo (Telefônica), que ajuda seus clientes a terem a melhor experiência na empresa. Desempenhará o papel de gerenciamento do projeto e desenvolvimento na área de Front-End. Possui domínio em design e amante de CSS.

Caio Santos Oda – 18 anos

Dev. Leader – Back-End

Estudante de Análise e Desenvolvimento de Sistemas e programador sênior na IBIAEON atuando nas aplicações web da empresa. Desempenhará o papel de gerenciamento de tecnologias e desenvolvimento da área de Back-End. Possui domínio em linguagens como: Angular, React, NextJS, Docker e Azure DevOps.

Vinícius Figueiredo de Andrade – 19 anos

Developer – Front-End

Estudante de Análise e Desenvolvimento de Sistemas e programador júnior Full Stack na empresa Hperdados, atuando nas aplicações back-end. Desempenhará o papel de programação front-end do projeto. Possui hard-skills em PHP, C# e Banco de Dados.

Leonardo Mendes Carvalho – 26 anos

Developer – Back-End

Estudante de Análise e Desenvolvimento de Sistemas e programador de desenvolvimento back-end no banco BTG, atuando com manutenção nos sistemas Web de Banco de dados. Desempenhará o papel de programação back-end do projeto. Possui hard-skills em ReactJS, NodeJS e Azure DevOps.

2. Sobre o Projeto

Decidimos apelidar nosso projeto nessa fase inicial de: **ProfJá**. O nome surgiu, pois, acreditamos que a educação seja o nosso maior desafio para os próximos anos no Brasil, tendo em vista que, dados apontam que 244 mil jovens de 6 a 14 anos estão fora das escolas, sendo o maior número em seis anos. Portanto, entendemos que ela é um dos principais fatores que propiciam o desenvolvimento de nações. Pretendemos viabilizar os métodos de ensino em um âmbito de 360 graus, desde as escolas, faculdades e cotidiano. Nosso maior problema se encontra na base da educação no Brasil, pois a atual metodologia de ensino, em conjunto com a falta de adaptabilidade dos professores com o aluno, contribui rigorosamente para a grande evasão escolar no país.

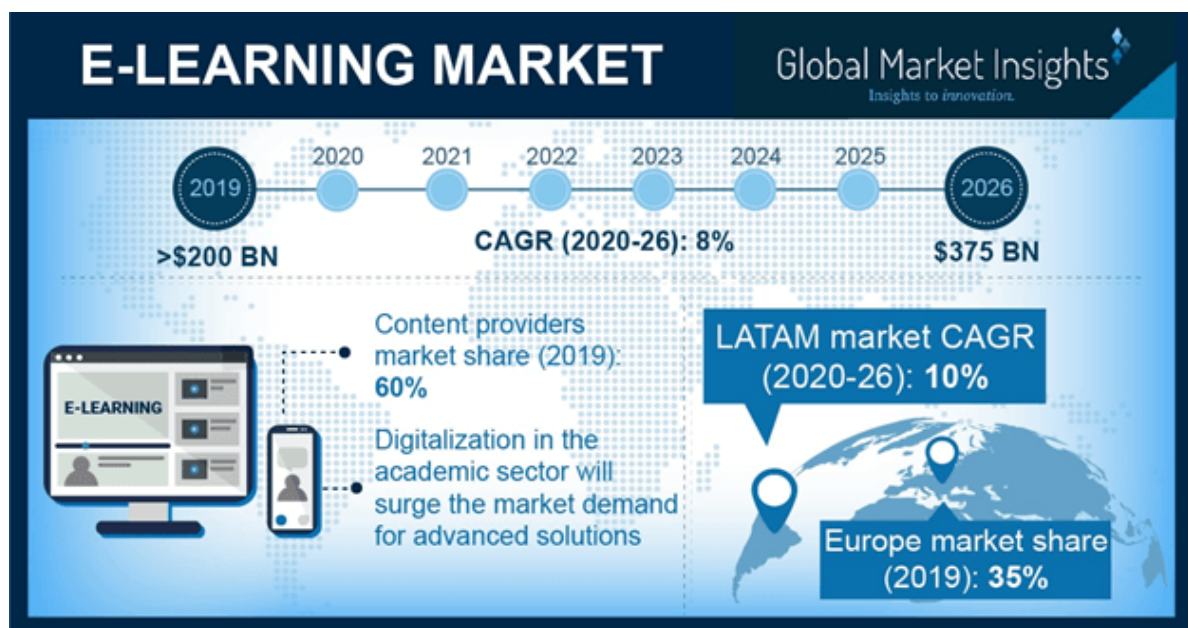
Revolucionar a educação traz diversos benefícios sociais e econômicos para um país, desde uma sociedade com maior igualdade e menores índices de criminalidade, até altas taxas de estabilidade econômica. Uma sociedade não instruída pode arcar com o custo de não ter uma base escolar sólida, e não conseguem muitas vezes acompanhar a tecnologia ou limitam a possibilidade de pessoas com grandes ideias.

2.1. Mercado

Indubitavelmente, o mercado da educação informal tende a crescer nos próximos anos, visto que tivemos um aumento de 68% em dois anos, durante o distanciamento social. Essa alta demanda é decorrente das grandes taxas de evasão escolar no país, tendo em vista que 25% da população brasileira possui curso superior completo, temos um alto número de pessoas buscando cursos profissionalizantes em áreas de mercado carente.

O mercado de aulas particulares online já é um nicho existente, porém bem específico. As arcaicas metodologias de ensino tendem a paulatinamente se tornarem ineficazes, visto que, recentemente tivemos a implantação do Novo Ensino Médio, com novas tecnologias e ferramentas para serem utilizadas em sala de aula. Entretanto, esses métodos não são completamente eficazes, justamente por não terem uma linguagem dinâmica de ensino, acarretando o acúmulo e desuso de informações.

Segundo estudos divulgados pela Arizton Advisory & Intelligence, o tamanho do mercado de cursos online deve chegar a U\$375 bilhões em 2026. Espera-se que o mercado de cursos online da América Latina alcance mais de U\$10 bilhões até 2025, devido ao desenvolvimento de instituições de ensino que elevam os níveis de alfabetização das regiões.

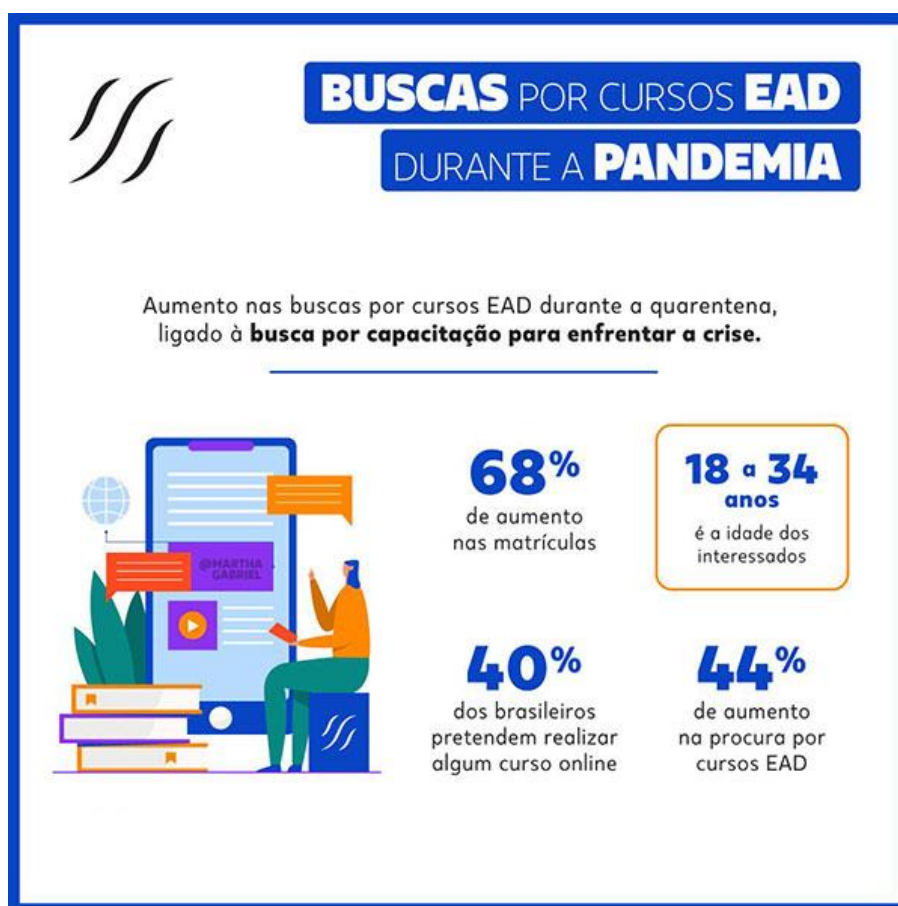


Concluimos que, existe tendência de crescimento sim! Com as novas mudanças do Ensino Médio e a necessidade do inglês para procurar empregos, poderiam fazer com que os nossos usuários procurem o nosso serviço para se aprimorarem. As condições atuais são próprias para conquistar o cliente, atualmente as empresas demandam uma maior especialização para conquistar um emprego.

2.2. Clientes

Os clientes que estamos procurando surgem pela demanda que for necessária, temos o foco no público jovem dos 14 a 34, pois estão começando as primeiras grandes etapas de estudos e muitas vezes precisam de um reforço para despertar o interesse pela sede de conhecimento. Temos também casos de adultos ou idosos que queiram aprender a tocar algum instrumento, a dançar, fazer aulas de idioma etc.

Os grandes paradigmas que precisam ser quebrados vêm da base educacional e cultural do Brasil, que não incentivam o hábito de estudar ou adquirir qualquer forma de conhecimento pela leitura ou por cursos. Caso esse paradigma seja quebrado, podemos causar grandes benefícios para a conquista de uma população Smart People.



2.3. Oferta e Concorrência

O modelo de serviço que será aplicado em nossa plataforma está pautado na oferta de aulas particulares para nossos usuários, a partir de professores que anunciam a sua disponibilidade e o preço pela sua aula. Pelo preço que o professor ofertar, teremos 20% de lucro sobre esse valor. A princípio, teremos o ProfJá apenas para serviços mobile, futuramente podemos encaminhar esse projeto para outras plataformas Web.

Nossos concorrentes diretos são centros de aulas de reforços e professores particulares em todo o país. Existem alguns principais centros reconhecidos como:

- Kumon
- Superprof
- Kogno

Devemos contabilizar também professores particulares que são indicados dentro das instituições. Eles ganham dinheiro oferecendo profissionais da educação para tirar dúvidas e incentivar os alunos a estudar seja da forma online ou presencial, alguns fazem planos por aula e outros hora/aula. Neste caso a nossa plataforma será exclusiva para App e terá uma ferramenta de vídeo chamada, para que os usuários possam se sentir seguros ao utilizar a nossa plataforma, além de incentivar os alunos do ensino médio/faculdade que já participam de mentoria e podem dar aulas, não sendo obrigatoriamente professores graduados.

Tendo em mente nossos concorrentes e nossa oferta de mercado, concluímos que alguns pontos fortes e fracos do nosso projeto estão pautados em:

Pontos fortes:

- Passam uma segurança maior ao usuário pois os métodos de ensino vêm de professores graduados.
- Muitos têm recomendações dentro da própria instituição de ensino (Já possuem um mercado).

Pontos fracos:

- Não dão oportunidade a um público mais jovem para poder lecionar.
- Muitos utilizam somente reforço escolar como aula aplicada.
- Muitos deles não utilizam a plataforma como comunicação e somente anunciam o professor e o usuário deve tratar pessoalmente.

3. Canvas de Proposta de Valor

CANVAS DE PROPOSTA DE VALOR

