# Documento de validação de produto: [Nome do Projeto]

## Parte I: Pitch Central

### Seção 1: O essencial da empresa - perfil do produto e o one-liner

* **Nome do produto:** Bible Study
* **Link para o produto:** https://biblestudyjourney.duckdns.org
* **One-liner (a descrição em uma linha):** Um aplicativo de estudo bíblico que oferece ferramentas para aprofundamento teológico e combate a superficialidade no entendimento das escrituras.

**A declaração de visão**

Em cinco anos, teremos construído uma plataforma onde qualquer cristão possa aprofundar seu relacionamento com Deus através de um estudo bíblico estruturado, transformando vidas que transbordarão esse conhecimento em suas comunidades, igrejas, escolas e trabalhos. O conhecimento fornecido aos usuários terá como consequência um confronto direto contra heresias, escândalos e deturpações que pessoas que deturpam e distorcem o evangelho ocasionam.

**Os desafios atuais do projetos**

Os principais desafios no momento relacionados a discovery de projeto são em relação a quais funcionalidades de fato entregar que se encaixam com o propósito do app e que atinge a expectativa do usuário. Já na parte de delivery tem sido o tempo para implementação e complexidade das funcionalidades mais avançadas; os usuários já deram vários feedbacks com sugestões de funcionalidades interessantes, além de ideias do desenvolvedor como um sistema de flashcards baseado em revisão espaçada com um algoritmo específico, inspirado no anki, por exemplo. Mas como citado anteriormente, a complexidade de funcionalidades como essa demandam bastante tempo e é necessário uma avaliação de quanto de retorno e valor isso agrega de fato ao usuário final.

**Working Backwards**

### Data: 01 de julho de 2027

### Bible Study lança a plataforma completa de estudo bíblico profundo e acessível

### O Bible Study chega ao mercado como uma solução criada para resolver um problema crescente entre cristãos: o estudo bíblico superficial e fragmentado. Usuários se veem presos entre devocionais rasos ou ferramentas complexas demais, alternando entre vários aplicativos para conseguir entender as Escrituras.

### A plataforma integra, em um só lugar, tudo o que um cristão precisa para estudar com profundidade: trilhas guiadas, mapas interativos, comparações entre versões, interlineares, ferramentas de exegese, anotações, devocionais e até um sistema de memorização baseado em revisão espaçada. O objetivo é simples: tornar o estudo bíblico sólido, acessível e contínuo.

### Desde o MVP, o Bible Study mostrou forte adesão e validação: usuários relataram maior clareza, organização e constância no estudo. Igrejas e líderes destacaram o impacto em suas comunidades, reduzindo interpretações equivocadas e fortalecendo o discipulado.

### O modelo Freemium garante acesso gratuito à leitura e recursos essenciais, enquanto o plano Premium oferece ferramentas avançadas para aprofundamento teológico. O crescimento é impulsionado pelo compartilhamento orgânico de conteúdos e insights — um ciclo de viralidade que tem se mostrado altamente eficiente.

### O Bible Study está disponível para Android, iOS e Web, consolidando-se como a plataforma definitiva para quem deseja estudar a Bíblia com seriedade, contexto e profundidade.

### Seção 2: O Problema e a oportunidade - *problem framing*

* **Qual problema específico e doloroso o produto está resolvendo?**

O problema central é a superficialidade e o entendimento errôneo das escrituras, que levam a dois extremos:

1. **Aplicativos Devocionais Superficiais:** Muitos apps se limitam a devocionais diários que motivam, mas não criam raízes sólidas na fé, resultando em interpretações "eisegéticas" — onde a pessoa projeta suas próprias ideias no texto em vez de extrair seu real significado.
2. **Ferramentas de Estudo Hiper nichadas:** Aplicativos que focam em um único aspecto do estudo (ex: apenas hebraico) forçam o usuário a alternar entre múltiplas plataformas para tarefas simples como comparar versões ou pesquisar temas, tornando o estudo descentralizado e fragmentado. Isso gera um ciclo de estudo raso, dificuldade na aprendizagem e a propagação de heresias baseadas em "texto sem contexto".

* **Quem é a pessoa/empresa cliente?**

Cristãos (de várias denominações como Protestantes e Católicos), estudantes de teologia, curiosos e entusiastas que sentem a necessidade de um estudo aprofundado da bíblia. Esses clientes possuem fome e sede de entendimento da palavra de Deus.

* **Como você sabe que as pessoas precisam do que você está fazendo?** [

A validação da necessidade do produto foi realizada através de **testes com usuários reais** e **feedback qualitativo estruturado**, conforme descrito abaixo:

**1. Testes com Usuários (n=30):**

* O aplicativo foi testado com aproximadamente **30 usuários** em diferentes fases de desenvolvimento
* **Fase inicial:** Usuários avaliaram o design e UX entre **3-4 em uma escala de 1-5**, identificando pontos de melhoria
* **Pós-refatoração:** Após implementação das melhorias, a maioria dos usuários passou a avaliar com **nota 5**, e poucos usuários deram **4 estrelas**

**2. Feedback Qualitativo e Iteração:**

* Feedbacks dos usuários resultaram em **implementação imediata** de funcionalidades solicitadas (ex: devocional diário(que foi implementado posteriormente por IA + API da bíblia), navegação entre capítulos por deslize lateral)
* Usuários expressaram que as **Trilhas de Estudos Guiadas** "dão um norte e organização de temas", validando a proposta central de estudo estruturado
* A funcionalidade de **Trilhas de Estudos** foi identificada como o **recurso mais elogiado** pelos testadores

**3. Validação de Mercado:**

* Profissionais da área de tecnologia validaram o projeto como uma **"boa possibilidade de negócio"**
* Usuários demonstraram **comportamento de evangelização orgânica**: após testarem o app, divulgaram espontaneamente com parentes e membros de suas igrejas
* Um usuário específico (Jhonata) afirmou: **"Tenho certeza que muita gente compra"**, validando a disposição de pagar pelo produto

**4. Evidência de Demanda por Profundidade:**

* Alta demanda identificada por funcionalidades de **aprofundamento** (pesquisa avançada, anotações, personalização)
* Usuários solicitaram recursos que indicam necessidade de estudo **além do superficial**: comparação de versões, interlineares, estudos temáticos

**5. Métricas de Engajamento Inicial:**

* **Taxa de ativação de 30%** (usuários que completam trilhas de estudo/devocionais)
* **Taxa de retenção na Semana 1 de 20%**, indicando que o conteúdo tem potencial de criar hábito
* **80% dos usuários** criam anotações ou personalizam sua experiência, demonstrando engajamento real com o propósito de estudo
* **Como resolvem esse problema hoje e o que há de errado com essas soluções?**

Atualmente, as empresas que desenvolvem aplicativos bíblicos enfrentam dois problemas principais — dois extremos.

O primeiro é a superficialidade: muitos apps se limitam a oferecer devocionais diários com tom de “coach espiritual”, voltados apenas à motivação e ao bem-estar momentâneo. Esses conteúdos raramente ajudam o usuário a criar raízes sólidas na fé, levando-o a viver em uma “bolha gospel” — um mundo ilusório onde se extraem mensagens erradas e eisegéticas (interpretações baseadas em ideias pré-concebidas, e não no verdadeiro sentido do texto bíblico).

O segundo extremo são os aplicativos excessivamente nichados, que até oferecem estudos profundos, mas com escopo muito restrito. Por exemplo: um app voltado ao estudo do hebraico bíblico pode oferecer apenas esse recurso, sem permitir comparação entre versões da Bíblia ou acesso a temas complementares. Assim, o usuário precisa alternar entre vários aplicativos para realizar um estudo completo. Além disso, ao estudar a Bíblia, é natural buscar referências relacionadas a um texto ou tema. Apps muito fechados dificultam esse processo, limitando o aprofundamento e deixando dúvidas sem resposta.

* **Por que agora (Why Now)?**
  + O universo cristão global conta com aproximadamente **2,18 bilhões de pessoas**, ou cerca de um terço da população mundial.
  + No Brasil, a maioria ainda se declara cristã — estimativas apontam cerca de **169 milhões de cristãos** no país em 2025.
  + Dados do censo brasileiro de 2022 mostram que 56,7 % da população (≈ 100,2 milhões) se declaravam católicos, e 26,9 % (≈ 47,4 milhões) se declaravam evangélicos.
  + Tecnologicamente, estamos em uma fase madura: APIs abertas, bancos de dados como Supabase, frameworks híbridos de mobile e distribuição digital permitem que um aplicativo de estudo bíblico com profundidade seja desenvolvido, escalado e distribuído com custos controlados — algo que há poucos anos seria inviável.
  + Culturalmente, há uma grande demanda latente: usuários que querem **mais do que devocionais superficiais**, e que buscam estudo sério da Bíblia e teologia — porém são mal atendidos pelas soluções existentes que ou são muito rasas ou excessivamente especializadas.
  + Essa convergência — grande público disposto, lacuna de produto e viabilidade técnica — cria um **momento de oportunidade** que favorece adoção rápida e escala.

Assim, o “por que agora” resume-se a: o mercado é enorme, a dor está evidente, os recursos tecnológicos estão maduros, e os concorrentes têm falhado em integrar profundidade e usabilidade.

### Seção 3: A Solução e o Produto - *solution framing*

**Apresentando sua solução**

* **O que sua empresa faz?**

O **Bible Study** é uma plataforma digital de estudo bíblico que oferece uma experiência completa e integrada de aprendizado cristão. O aplicativo combina **profundidade teológica** com **usabilidade moderna**, permitindo que o usuário leia, compare e compreenda as Escrituras de forma estruturada e contextual. Enquanto outros aplicativos se limitam a devocionais superficiais ou estudos hiperfocados (como apenas hebraico ou comentários isolados), o Bible Study Journey cria uma **linha de estudo contínua e interativa**, unindo leitura bíblica, teologia, geografia, traduções diferentes da bíblia e ferramentas de anotações pessoais centralizadas — tudo em um só lugar.

**Sem o Bible Study Journey:** o usuário precisa alternar entre vários apps e sites, perdendo tempo e foco.

**Com o Bible Study Journey:** ele encontra tudo o que precisa para um estudo bíblico sólido, centralizado e confiável, com base em dados e referências seguras.

* **Qual é a sua proposta de valor?**

**“Transformar a forma como cristãos estudam a Bíblia, unindo profundidade teológica e tecnologia em uma única experiência prática e acessível.”**

Nosso diferencial está em **integrar ferramentas dispersas** — versões bíblicas, estudos, interlinear, mapas e notas — em um ecossistema unificado e inteligente. Isso torna o aprendizado **10x mais eficiente**, economizando tempo e oferecendo clareza doutrinária em vez de interpretações subjetivas A teologia oferece duas disciplinas básicas e complementares que são a base para uma boa interpretação:

**- Hermenêutica:** É a ciência (ou arte) dos **princípios de interpretação**. Ela define *como* devemos ler um texto para entendê-lo corretamente, considerando contexto histórico, cultural, literário, gramatical, etc. Este é o **objetivo principal da hermenêutica**. Uma "interpretação subjetiva" (eisegese) é quando lemos o texto e dizemos "para mim, isso significa...". A "clareza doutrinária" (exegese) vem de um estudo rigoroso que pergunta "o que o autor original quis dizer ao seu público original?"

- **Exegese:** É a **aplicação prática** desses princípios. É o ato de "extrair" (do grego *exegesis*) o significado *de dentro* do texto, em vez de "inserir" (eisegese) nossas próprias ideias nele. As ferramentas que o texto cita (versões bíblicas, estudos, interlinear, mapas, notas) são precisamente as ferramentas que um estudante de teologia usa para fazer uma boa exegese. O diferencial aqui é a **eficiência**: em vez de ter 10 livros abertos na mesa, o usuário tem tudo num "ecossistema unificado".

* **Demonstração do Produto**

<https://biblestudyjourney.duckdns.org/>

* **Estágio Atual do Produto**

O produto está em estágio de **MVP funcional**, com backend conectado ao **Supabase**, autenticação JWT, e integração com API bíblica.  
As principais telas estão finalizadas (login, leitura, destaques, anotações, home) e em constante iteração conforme o cronograma de sprints.  
Atualmente, o foco está em **melhorar a experiência de leitura, aperfeiçoar fluxos e implementar recursos de personalização premium**.

* **Tech Stack**
* **Frontend:** HTML, CSS, JavaScript
* **Mobile:** Apache Cordova (migrando para Capacitor)
* **Backend:** Node.js + Express
* **Banco de Dados:** Supabase (PostgreSQL)
* **Autenticação:** JWT (JSON Web Token)
* **Armazenamento Offline:** LocalForage e LocalStorage
* **Design e Prototipação:** Figma
* **Controle de Versão:** Git e GitHub
* **Gestão de Projeto:** Notion -> Kanban
* **O Mínimo Produto Viável (MVP)**

O MVP do Bible Study foi desenhado como um **MVP Codado**, priorizando entrega rápida e testes reais de aceitação de usuários.  
A hipótese central testada é: *“Cristãos buscam um aplicativo de estudo bíblico mais profundo, integrado e confiável, capaz de substituir o uso disperso de múltiplas plataformas.”*

O MVP permite validar essa hipótese observando:

* **Taxa de engajamento e retorno de uso diário** (tempo médio de leitura e anotações salvas);
* **Feedback qualitativo** sobre clareza teológica e usabilidade;

Com base nesses resultados, as próximas etapas incluem otimização da experiência de leitura, expansão para estudos temáticos e parcerias com igrejas e instituições teológicas.

## Parte II: Business case

### Seção 4: análise de mercado - dimensionando a oportunidade

* **Tamanho do Mercado (TAM, SAM, SOM):**
  + **TAM (Total Addressable Market):** O mercado global de aplicativos de fé e religião ultrapassa 2,5 bilhões de cristãos com acesso à internet, representando um setor avaliado em bilhões de dólares anuais.
  + **SAM (Serviceable Addressable Market):** Dentro desse público, estima-se cerca de 300 milhões de falantes de português cristãos, com crescente uso de aplicativos bíblicos (YouVersion, e-Sword, Bíblia JFA, etc.), demonstrando abertura a recursos mais avançados e personalizados.
  + **SOM (Serviceable Obtainable Market):** O foco inicial é o público brasileiro engajado — líderes, seminaristas e cristãos que buscam estudo profundo. Estima-se alcançar 100 000 usuários ativos nos primeiros 3 anos, com potencial de crescimento para 500 000 conforme o app amadurece.
* **A Análise Bottom-Up**
  + **Fórmula Bottom-Up:**
    - Considerando **300 milhões de cristãos de língua portuguesa**, dos quais **10%** buscam estudar a fé de forma ativa, temos **30 milhões de potenciais usuários**.
    - Nossa meta é atingir pelo menos **100.000 usuários ativos** através do nosso principal motor de aquisição: **Growth Loop.** Se **3%** fizerem **ofertas únicas** (média de **R$20**) e **1%** se tornarem **ofertantes recorrentes** (média de **R$20/mês**), o resultado seria:
    - Nosso Loop é baseado no **engajamento.** O aplicativo possui/incluirá meios de compartilhar **estudo bíblico diário (devocional),** meios do usuário criar **notas/estudos** de valor e **compartilhar** com amigos/conhecidos. O ciclo de conhecidos daquela pessoa baixa o app para consumir os *insights* e se torna um novo usuário
    - **Ofertas únicas:** 3.000 × R$20 = **R$60.000/mês**
    - **Ofertas recorrentes:** 1.000 × R$20 = **R$20.000/mês**  
      → **Receita total estimada:** **R$80.000/mês**, sendo **R$20.000 recorrentes**.
    - No cenário otimista (5% únicos, 2% recorrentes, valor médio R$30), o potencial chega a **R$210.000/mês**, com **R$60.000 recorrentes**.
    - Essas ofertas são **voluntárias**, destinadas a **sustentar o desenvolvimento do app** e o aprimoramento contínuo de suas funcionalidades.

Mesmo com um modelo baseado apenas em doações espontâneas, o projeto demonstra **alto potencial de sustentabilidade**. Para um desenvolvedor solo, é uma oportunidade sólida e escalável, com custos baixos e retorno proporcional ao engajamento da comunidade cristã.

### Seção 5: cenário competitivo e visão única

**Analisando a Concorrência**

O cenário competitivo valida a demanda por ferramentas de estudo bíblico, mas revela uma lacuna crítica: a ausência de uma solução que combine Alta Acessibilidade com Profundidade Teológica. Concorrentes diretos como YouVersion e Bíblia JFA Offline oferecem excelente experiência de usuário e acessibilidade, mas falham em fornecer ferramentas avançadas (interlineares, mapas, comparações detalhadas, análise exegética) necessárias para o estudo profundo.

Por outro lado, ferramentas como e-Sword/MySword oferecem a profundidade, mas com interfaces desatualizadas e complexas, inacessíveis ao usuário médio. A concorrência indireta, como Cursos Online e Conteúdo em Vídeo, é fragmentada e não oferece a experiência integrada e contínua de estudo diário. Nossa solução se posiciona estrategicamente no quadrante inexplorado de Alta Acessibilidade e Alta Profundidade, superando a superficialidade dos apps populares e a complexidade das ferramentas de nicho.

**Unique Insight**

### Minha tese de investimento é baseada na percepção de que o problema central não é a falta de ferramentas, mas a falta de um caminho estruturado e guiado que transforme o conhecimento em crescimento espiritual sólido, combatendo a superficialidade e a heresia de forma preventiva. O insight central do nosso aplicativo é que o estudo bíblico profundo pode ser simultaneamente acessível, interativo e geograficamente contextualizado. Enquanto outros apps priorizam a leitura diária ou a simples compilação de ferramentas, nossa abordagem integra ferramentas como comparações lado a lado de versões, incluindo transliteração e interlineares, Mapas interativos da jornada bíblica e uma Linha do tempo visual do estudo teológico, transformando o estudo complexo em uma jornada gamificada e contextualizada. O aplicativo não é apenas uma Bíblia digital; ele transforma o estudo diário em uma experiência educativa e envolvente, conectando leitura, análise e compreensão histórica em uma única plataforma, tornando o aprendizado contínuo e o engajamento espiritual muito mais natural e sustentável.

### Seção 6: Modelo de Negócios

**Como o produto ganha dinheiro?**

* **Modelo de Receita:** O modelo de receita atual é baseado em Ofertas Voluntárias (doações), que sustentam a operação e validam a disposição do usuário em contribuir financeiramente para a missão, sem criar barreiras de acesso. Esta fase inicial de validação será sucedida pela transição para o modelo **Freemium**, que é o modelo principal de longo prazo. A versão **freemium** será o motor de crescimento, oferecendo acesso a recursos avançados de estudo (Trilhas Guiadas, Interlineares, Pesquisa Avançada) que resolvem a dor da superficialidade. Estratégia de Preços: O preço da assinatura freemium será definido para garantir que a relação LTV/CAC seja de, no mínimo, 3:1, posicionando-se como uma alternativa de alto valor e baixo custo em comparação com ferramentas acadêmicas (ex: Logos) e capitalizando o alto valor percebido do produto.

**A Matemática do Crescimento: Economia de Unidade (Unit Economics)**

A viabilidade do negócio está na capacidade de manter o Custo de Aquisição de Cliente (CAC) extremamente baixo, utilizando canais orgânicos e virais (como o compartilhamento de conteúdo e a recomendação de líderes de EBD), o que é facilitado pelo modelo Freemium. O Lifetime Value (LTV) será maximizado pela alta retenção, que é garantida pela proposta de valor de crescimento e solidificação da fé (um benefício de longo prazo) e pela constante iteração do produto com base nos feedbacks dos usuários (ex: implementação de devocional após sugestão de Samuel). A meta é que o LTV seja significativamente maior do que o CAC, garantindo um crescimento lucrativo e sustentável.

## Parte III: a execução

### Seção 7: progresso e tração

**Mostrando/Acompanhando a expectativa/conquista do produto**

* **Até onde você chegou?** Desenvolvemos um MVP funcional (aplicativo/site web) que oferece a Bíblia completa, um visual moderno e suave e o recurso central de Trilhas de Estudo Guiadas com diferentes professores. O MVP está em fase de testes com usuários reais, e o ciclo de feedback já resultou na implementação de novas funcionalidades como o devocional diário e a correção de bugs iniciais, além de validação de público alvo que trabalha na área da tecnologia dizendo ser uma boa possibilidade de negócio e de app. Alguns dos comentários iniciais sobre o app e retorno nas respostas de um formulário trouxeram a experiência real do usuário sobre o design e experiência do usuário que – inicialmente – era considerado na escala de 1 a 5 como 3 ou 4 pela maioria dos usuários. Após modificações, as respostas mudaram para 5 pela maioria e alguns novos usuários deram 4 estrelas. Foram feitas ponderações importantes sobre novas funcionalidades que os usuários gostariam, as quais já estão em backlog para atualizações futuras e sugestões de novas funcionalidades durante a fase de desenvolvimento que eram possíveis acrescentar já foram implementadas, como navegar entre os capítulos da bíblia apenas deslizando para o lado. Alguns **Milestones** de integração foram: Funcionamento integrado do código com banco de dados remoto, integração com API da bíblica com 7 versões de linguagem disponíveis, Funcionamento da API do youtube para gestão de vídeos da trilha e continuidade de onde parou através da página de “Home” e a integração de **devocionais diários exegéticos** gerados a partir de uma **LLM**. Os devocionais por **IA** foram analisados e possuem integridade em seus ensinos.
* **O que você aprendeu?** O principal aprendizado é que a proposta de valor de estudo estruturado e organizado é o recurso mais valorizado “dão um norte e organização de temas”, e que a demanda por funcionalidades de aprofundamento (pesquisa avançada, anotações, personalização) é alta, o que valida a transição para o modelo Premium. A alta taxa de ignorância dos testes por "amigos" reforça a necessidade de focar em Customer Discovery com o público-alvo real.
* **Crescimento ao longo do tempo:** O mercado cristão no Brasil se torna altamente escalável e possui um grande público, dito que cerca de 83% da sociedade se declara cristã. Esse crescimento se evidência ainda mais quando grande parte dessas pessoas conhecem pouco da bíblia, seja por conta de ferramentas de estudo confusas ou por causa de ensinamentos superficiais que rondam pelo mundo e se popularizam. Na fase de testes do aplicativo com cerca de 30 usuários, uma média dos 5 primeiros gostaram bastante da ideia, mas ponderaram sobre algumas ferramentas. Após ajustes e evoluções, o restante dos usuários elogiaram de maneira espontânea e genuína o app, suas funcionalidades e futuros acréscimos, dizendo que usariam o app e inclusive divulgaram com parentes e membros de suas igrejas. Ao longo do tempo, quando o produto final for lançado com as features atuais juntamente as novas features de estudo/compartilhamento, que trarão inclsuive grande valor agregado para o app e também a possibilidade de um crescimento **Growth Loop,** o aplicativo crescerá exponencialmente e alcançara um grande número de usuários de forma orgânica.

**O Painel de métricas-chave**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Métrica** | **Valor Atual** | **Meta (Fim do Projeto)** | **Crescimento (Semanal/Mensal)** | **Notas / Principais Observações** |
| Pessoas Ativas | 30 | 200 | 50 | **Meta de Curto Prazo:** Atingir 200 usuários ativos no fim do projeto/validação. **Crescimento:** 50 novos usuários por mês para atingir a meta em 4 meses. |
| Clientes Pagantes | 10 | 10 | 20 | **Cálculo:** 5% da meta de Pessoas Ativas (200 \* 0.05 = 10). **Meta:** Validar a transição para o modelo Freemium e doadores. |
| Receita Mensal Recorrente (MRR) | 0 | R$ 40 | R$ 20 | **Cálculo:** Usuários Ofertantes Recorrentes (2) \* Oferta Média Recorrente (R$ 20). **Meta:** R$ 40 Recorrentes. **Receita Total Estimada:** R$ 160/mês (incluindo R$ 120 de Ofertas Únicas - 3% de 200 usuários \* R$ 20). **Crescimento:** R$ 20/mês. |
| Custo de Aquisição de Cliente (CAC) | 0 | R$ 5 | R$ 5 | **Cálculo:** (Custo Total de Marketing e Vendas) / (Novos Usuários Adquiridos). **Meta:** Manter o CAC baixo (R$ 5) devido à estratégia de aquisição orgânica e parcerias. **Crescimento:** Manter o valor estável. |
| Taxa de Ativação | 30% | 50% | 5% | **Cálculo:** Usuários que completam aulas da trilha de estudo + Usuários que completam devocionais / (Total de Novos Usuários). **Meta:** 50% para validar a proposta de valor central (estudo estruturado). **Crescimento:** Aumentar 5% por mês. |
| Retenção (Semana 1) | 20% | 40% | 5% | **Cálculo:** (Usuários Ativos na Semana 1) / (Usuários Ativos na Semana 0). **Meta:** 40% para indicar que o conteúdo recorrente (devocionais, novas trilhas) está funcionando. **Crescimento:** Aumentar 5% por mês. |
| Net Promoter Score (NPS) | N/A | +50 | +5 | **Cálculo:** % Promotores - % Detratores. **Meta:** +50 (Excelente) para validar a satisfação e impulsionar a Indicação (Referral). **Crescimento:** Aumentar 5 pontos por mês. |

### Seção 8: Estratégia de Go-to-Market (GTM)

**O Funil pirata (AARRR)**

* + A aquisição será primariamente orgânica e de baixo custo. A viralidade é o motor de crescimento mais poderoso e de menor custo para um aplicativo. No contexto do Bible Study, viralidade não é apenas um bônus, mas o principal meio de crescimento (Growth loop), conforme mencionado na Seção 4.
  + **Estratégia de Viralidade para o Bible Study:**
    1. **Conteúdo de Alto Valor Compartilhável:** O foco em **conteúdo teológico profundo e estruturado** (Trilhas de Estudo, insights exegéticos) é o principal gatilho. O usuário compartilha não apenas por conveniência, mas para demonstrar conhecimento e agregar valor à sua comunidade (igreja, grupo de estudo).
    2. **Integração Social Inteligente:** A funcionalidade de **textos prontos sobre temas da bíblia** (mencionada nas táticas) deve ser otimizada para plataformas como WhatsApp e Instagram Stories, onde a comunicação é mais pessoal e a taxa de conversão é maior.
    3. **Ciclo de Feedback Fechado (Growth Loop):** O compartilhamento de um estudo leva o amigo a baixar o app para consumir o conteúdo, que por sua vez se torna um novo usuário que compartilha seu próprio estudo, fechando o ciclo de crescimento.

**Táticas:** A aquisição será primariamente orgânica e de baixo custo. **Táticas:** 1. **Parcerias Estratégicas:** Abordagem manual com seminários e grandes igrejas para oferecer acesso Premium gratuito por tempo limitado, transformando líderes em evangelistas. 2. **Conteúdo Educacional:** Publicação de artigos e vídeos (YouTube/Telegram) que resolvam dúvidas teológicas comuns e que posicionem o aplicativo como a ferramenta ideal para o aprofundamento. 3. **SEO/ASO:** Otimização para termos de cauda longa como "estudo bíblico aprofundado" e "estudos da bíblia", “bíblia de estudo”.

* + **Métricas:** Número de visitantes do site, impressões, taxa de cliques (CTR).
  + **Ativação (Activation):** A ativação é focada na Trilha de Estudos Guiada, que é o recurso mais elogiado

**Táticas:** A ativação é focada na **Trilha de Estudos Guiada**, que é o recurso mais elogiado. **Táticas:** 1. **Onboarding Focado:** O primeiro acesso do usuário será direcionado para iniciar a primeira Trilha de Estudos, garantindo que ele experimente o valor central do produto imediatamente. 2. **Quick Wins:** Implementação das funcionalidades mais solicitadas (pesquisa, anotações) para gerar satisfação imediata. 3. **UX Suave:** Manter a interface moderna e intuitiva para reduzir a curva de aprendizado.

* + **Métricas:**

– **Taxa de ativação**: % de novos usuários que iniciam a primeira Trilha de Estudos = 100%   
– **Tempo até o “primeiro valor”**: tempo desde a instalação até o usuário abrir a primeira trilha = cerca de 20seg  
– **% que completam o primeiro módulo da trilha**: indicador de engajamento inicial real = 30%  
– **% que criam a primeira anotação** ou usam a ferramenta de estudo (quick win). = 80%  
– **% que personalizam sua experiência** (salvam versões da Bíblia, temas favoritos etc.) = 80%  
– **Taxa de conclusão do onboarding**: quantos passam pelas telas introdutórias sem abandonar. = 100%  
– **NPS inicial (pós-onboarding)**: 4 na escala de 1 a 5

* **Retenção (Retention):** A retenção será impulsionada pela continuidade do aprendizado e pela personalização.
  + **Táticas:** 1. **Gamificação:** Telas modernizadas, atrativas e com desbloqueio de conquistas, além de manter streaks contínuas para o usuário que logar diariamente. 2. **Lembretes e Notificações:** Implementação de lembretes por e-mail e notificações push para motivar o retorno e a continuidade nas trilhas. 3. **Conteúdo Recorrente:** Lançamento contínuo de novas Trilhas de Estudo e devocionais diários 4. **Central de Anotações:** Transformar o aplicativo no "caderno digital" do usuário, centralizando anotações e destaques, aumentando o custo de troca.
  + **Métricas:** Taxa de retenção (diária, semanal, mensal), taxa de churn (cancelamento).
* **Receita (Revenue):** A receita virá da transição do modelo de ofertas para o Freemium
  + **Táticas:** 1. **Monetização da Profundidade:** A assinatura Premium será o *paywall* para recursos de alto valor que resolvem a dor da superficialidade (interlineares, comentários de autores renomados, pesquisa avançada). 2. **Validação de Preço:** Utilizar o feedback de possíveis clientes como Jhonata ("tenho certeza que muita gente compra") e a análise de Unit Economics para definir um preço que justifique o LTV e mantenha o CAC baixo. 3. **Ofertas Voluntárias:** Manter a opção de ofertas para sustentar a versão gratuita e a missão.
  + **Métricas:** Receita Mensal Recorrente (MRR), Valor do Tempo de Vida de Cliente (LTV), número de clientes pagantes.
* **Indicação (Referral):** A recomendação será orgânica, baseada na satisfação e na missão.
  + **Táticas: 1. Conteúdo Compartilhável:** Implementar a funcionalidade de textos prontos sobre temas da bíblia para facilitar o compartilhamento em redes sociais e grupos de estudo. **2. Programa de Embaixadores:** Recrutar os líderes e professores de EBD parceiros para se tornarem embaixadores, oferecendo benefícios exclusivos por indicação. **3. Fator UAU:** Focar na entrega de uma experiência 10x melhor que a concorrência (Visão Única) para gerar o boca a boca e compartilhamento espontâneo.
  + **Métricas:** Coeficiente viral (quantos novas pessoas cada pessoa existente traz), Net Promoter Score (NPS).

### Seção 9: A equipe

**Construindo o caso do “porquê” a sua equipe**

* **Quem são as pessoas fundadoras e quais são seus papéis:** O projeto é liderado por Guilherme Braga Rios da Costa, que atua como **CEO/CTO** (Chief Executive Officer / Chief Technology Officer). O papel de CEO/CTO é intencional neste estágio de MVP, pois garante a agilidade na tomada de decisão, a execução técnica do produto e a visão estratégica do conteúdo.
* **Por que vocês são as pessoas certas para construir isso:** O ***Founder-Market Fit*** do projeto é excepcional, pois o fundador é um **"construtor"** que sentiu pessoalmente a dor do problema em ambos os casos, como um **desenvolvedor** e como um **Cristão** apaixonado nas escrituras. O projeto nasceu da necessidade de desafiar as barreiras de criar um sistema completo com funcionamento em todas as partes e da necessidade de que os cristãos pelo mundo **cresçam** de fato na fé, solidificando os princípios elementares e se alimentando de novas revelações, demonstrando uma paixão intensa e um compromisso de longo prazo com a solução. A expertise de domínio é dupla: **Conhecimento Teológico** (motivação pessoal para combater a superficialidade) e **Habilidade Técnica** (evolução de desenvolvedor iniciante a criador de um MVP funcional). Esta combinação garante que o produto não seja apenas tecnicamente viável, mas também teologicamente sólido, o que é a base da nossa Visão Única.
* **Dinâmica da Equipe:** A dinâmica atual é de **Desenvolvimento Solo (Bootstrapping)**, o que sinaliza aos investidores a capacidade de **execução com recursos mínimos** e a **resiliência** do fundador. A experiência de desenvolver o projeto como *side project* até se tornar um MVP funcional demonstra que o fundador já passou por dificuldades e se manteve focado.
* **Capacidade de Execução:** A capacidade de execução é comprovada pela **entrega do MVP funcional** (mencionado no Status Report) e pela **rápida iteração** do produto (ex: implementação de devocional após feedback). O projeto foi utilizado em outra disciplina de desenvolvimento mobile, o que atesta sua robustez acadêmica e técnica. O fundador demonstrou a capacidade de **refatorar o código** para implementar segurança e novas telas, mostrando maturidade técnica e foco na qualidade do produto. A evolução de "não saber programar" à entrega de um app completo é a prova mais forte de que esta equipe (mesmo que solo) é composta por um **"construtor"** com alta capacidade de aprendizado, persistência e entrega.

O construtor desse app mobile possui um longo histórico de projetos pessoais e acadêmicos que são relevantes e podem ser vistos pelo público. Projetos como “web-notepad” para anotações de notas, “chat-wss” para comunicação de usuárias com websocket demonstram conhecimento e experiência com programação web e processos como hospedagem e registro de domínio. Outros projetos com diferentes linguagens de programação e diferentes tecnologias utilizadas durante o processo de um projeto como **Notion** para gestão com **metodologia ágil** com **kanban**, Serviços **Cloud** utilizando como servidor e banco de dados também constam em seu portfólio, o que demonstra uma ampla trilha de aprendizado e construção de diferentes sistemas. Além disso, foi construído também um **artigo científico** sobre o projeto “Bible Study”, durante a sua primeira fase de desenvolvimento. O artigo foi **aprovado e validado** pela banca.

## Apêndices

### Apêndice A: Glossário de Termos-Chave de Startups

* **AARRR (Métricas Pirata):** Framework para medir o crescimento de uma empresa focado em cinco etapas: Aquisição, Ativação, Retenção, Receita e Indicação.
* **Bootstrapping:** Iniciar e crescer uma empresa sem financiamento externo, usando apenas os recursos gerados pelo próprio negócio.
* **CAC (Custo de Aquisição de Cliente):** O custo total para adquirir uma nova pessoa/empresa cliente pagante.
* **Churn Rate (Taxa de Cancelamento):** A porcentagem de clientes que cancelaram seu serviço em um determinado período.
* **Early Stage:** A fase inicial de uma startup, quando a empresa ainda está validando seu produto e modelo de negócios.
* **Equity (Participação Societária):** A porcentagem de propriedade em uma empresa.
* **Go-to-Market (GTM):** A estratégia de como uma empresa levará seu produto ao mercado e alcançará clientes-alvo.
* **LTV (Valor do Tempo de Vida do Cliente):** A receita total prevista que uma única pessoa/empresa cliente gerará durante todo o seu relacionamento com a empresa.
* **MVP (Mínimo Produto Viável):** A versão mais simples de um produto com as funcionalidades mínimas necessárias para entregar valor a cliente e validar uma hipótese de negócio.
* **Pivot (Pivô):** Uma mudança fundamental na estratégia de uma startup, geralmente envolvendo uma alteração no produto, mercado-alvo ou modelo de negócios.
* **SaaS (Software as a Service):** Um modelo de negócios em que o software é licenciado por assinatura e hospedado centralmente.
* **TAM, SAM, SOM:** Framework para dimensionar o mercado: Mercado Total Endereçável, Mercado Endereçável Servível e Mercado Obtível Servível.
* **Tração:** Evidência quantitativa de que uma startup está crescendo e que o mercado está adotando seu produto.
* **Valuation:** O valor de mercado de uma startup, usado em negociações de investimento.