

Startups de educação se popularizam na esteira das pequenas escolas privadas



“Qual problema você quer resolver?” Esta é a pergunta que guia o nascimento de qualquer startup. O que faz da educação um campo vasto — é um setor que tem muitos problemas, logo há muitas oportunidades de apresentar uma solução. No Brasil todo, são mais de 350 startups educacionais.

Só que a dificuldade em vender para o serviço público cria um dilema para estas empresas. A presença de startups educacionais, as chamadas “EdTechs”, neste segmento ainda está em fase germinal, embora o ensino público concentre boa parte dos gargalos do setor e a grande maioria dos estudantes (sete em cada 10 estudam em escola pública, no ensino básico).

Para contornar estas limitações, muitas EdTechs apostam em modelos de negócios que não dependem do ensino público. As escolas particulares pequenas, muitas delas “de bairro” (ou no interior do país), são grandes aliadas.

“São escolas privadas que não têm poder aquisitivo alto, mas são capazes de pagar pequenos valores [para incorporar uma nova tecnologia em sala de aula]”, explica o diretor do comitê de EdTechs da Associação Brasileira de Startups (AbStartups), Daniel Machado.

As escolas, sozinhas, representam quase a metade dos clientes das EdTechs. É um mercado mais significativo do que a soma de todos os outros setores (ensino superior, de idiomas, corporativo e cursos livres). O que demonstra a importância do ensino básico para o crescimento destas startups.

O produto destas startups não pode ser muito caro. Por isso, 70% das empresas do setor optam pelo modelo conhecido como SaaS (sigla do inglês “software as a service”), em que vendem um serviço, e não um produto.

É o mesmo modelo de empresas como Netflix ou Spotify. O usuário não compra uma música, nem um filme, e sequer paga para instalar um “programa de computador”. Apenas paga um valor mensal para ter acesso àquele serviço (no caso a possibilidade de ouvir música ou assistir aos filmes disponíveis na biblioteca das empresas).

Na educação funciona assim: digamos que uma escola quer disponibilizar conteúdos extras para os seus alunos. Existem sistemas que conseguem fazer isso de forma personalizada, criando um guia de estudos que vai priorizar trigonometria no lugar de equação com fatorial, por exemplo. A escola paga um valor considerado baixo, mês a mês, e os alunos têm acesso a este serviço pela internet.

Vale lembrar que as próprias escolas privadas recebem, dos pais, de forma mensal. Para boa parte das escolas seria impossível pagar, de uma tacada só, uma grande quantia de dinheiro para adquirir um software. O modelo mês a mês permite que elas ofereçam tecnologias antes restritas às grandes redes de ensino.

Além de ser um conteúdo a mais para o aluno mais interessado, estes sistemas também podem ser utilizados como contra-turno. Parte integrante da grade curricular, mas que são flexibilizadas para execução fora da sala de aula. É uma opção para escolas que não querem — ou, muitas vezes, não têm estrutura para — ofertar ensino em tempo integral.

Metade das EdTechs oferta sistemas que gerenciam conteúdo, ofertando vídeo-aulas, por exemplo. Outras 15% têm soluções que auxiliam os alunos a aprenderem com mais eficiência.

Outra tendência, que engloba 18% das EdTechs, são as soluções de gestão escolar. “O negócio de uma escola privada tem peculiaridades que a maioria dos sistemas não conseguem entender”, como integrar a emissão de notas fiscais à gestão da biblioteca e ao diário de classe dos alunos, por exemplo, explica o diretor da AbStartups. Daí o surgimento de um nicho de mercado de sistemas de gestão focados no ambiente escolar.

Em números

Há, pelo menos, 364 startups em todo o Brasil especializadas em educação. O levantamento foi feito pela AbStartups em parceria com o Centro de Inovação para a Educação Brasileira (Cieb).

Quase a metade (47%) atua no segmento de educação básica, o mais representativo. Apenas 8% atuam exclusivamente no ensino superior. Além disso, 19% das startups ofertam cursos livres; 8% atuam no mercado corporativo; e 4% no mercado de idiomas. Há ainda um sexto grupo, que engloba 14% das EdTechs, que trabalha em mais de um segmento.

O estado de São Paulo concentra a maior parte das EdTechs, 43% fica por lá. Além de ser um hub de startups, o estado concentra a sede de grandes grupos educacionais.

Direto para o consumidor

Até agora, as EdTechs brasileiras ainda dependem muito da venda para outras empresas, o chamado segmento B2B (novamente do inglês: “business to business”). Mas a tendência é que quem consiga vender direto para o consumidor ganhe espaço.

Público existe. Os 40 milhões de alunos do ensino público, por exemplo, são clientes em potencial de um serviço que cobre R\$ 20 ou R\$ 30 por mês para oferecer um conteúdo pré-vestibular de ponta, exemplifica Daniel Machado, da AbStartups.

Vídeos educacionais

Não são só as startups de educação que setão de olho neste nicho. A mineira Samba Tech, por exemplo, que é especializada em vídeos, vem crescendo em seu braço educacional.

A empresa oferece plataformas de hospedagem de vídeos. Ao invés de criar um canal no YouTube, por exemplo, e depender das regras do Google, o cliente pode criar o seu próprio espaço para distribuir vídeos.

O Kronto, um dos maiores grupos educacionais do país, utiliza a tecnologia para levar educação à distância para mais de 800 mil alunos, no país inteiro.

A Samba aposta no EaD para conquistar clientes que vão utilizar a sua tecnologia para vender conteúdos educacionais. Desde grandes, como Kroton e Anhanguera, até pequenos produtores de nicho. Um exemplo é a Metaflix, canal de vídeos por assinatura que oferece aulas e conteúdos de estudo sobre física quântica e espiritualidade.

“A gente investe em inovação para que as instituições de ensino e os cursos livres utilizem nossas tecnologias para inovar”, resume o CMO da Samba Tech, Pedro Filizzola.

Fonte: Gazeta do Povo

Data: 14/09/2018