

Desenvolvimento do sistema de gestão comercial

Business Case

Sumário Executivo

O presente Business Case é destinado a analisar a criação do projeto de desenvolvimento do sistema de gestão comercial. A empresa vem gastando muitos recursos financeiros com licenças de Software, para manter todo o funcionamento tecnológico. Esse gasto está presente tanto em vendas de forma online quanto de forma presencial. Também há os gastos com recursos para manter o sistema que organiza o que pode ou não ser vendido, que manipula salário dos funcionários e até o controle das mercadorias que cada funcionário é responsável. Ainda há a preocupação em gastar os recursos para manter o Software sempre atualizando o quanto de mercadorias há no estoque da empresa.

Necessidade

Nossa empresa atua na área de desenvolvimento de softwares, e no suporte e uso contínuo dos sistemas. Vamos atuar na elaboração de um Software para uma farmácia.

Para que a empresa possa se manter competitiva, deve-se reconhecer a necessidade de empreender em novas áreas, para aumentar a base de clientes de nossa empresa, e, assim, aumentar os lucros e manter a saúde financeira.

Há de se reconhecer, também, que, atuando em diferentes nichos, pode-se reduzir os riscos de um sistema ter suas receitas reduzidas. Também pode-se considerar a capacidade da receita de um sistema em pleno funcionamento poder alimentar novos projetos em desenvolvimento, bem como dar a capacidade da empresa de finalizar o suporte para sistemas legados.

Opções de solução

Existem duas opções a se considerar:

Primeiro, a nossa empresa pode desenvolver o próprio sistema, e operá-lo utilizando a nossa infraestrutura, oferecendo para os clientes um plano mensal para utilizar o sistema em nossa infraestrutura de TI.

A segunda opção é desenvolver o sistema, e vender a solução para o próprio cliente comprar e instalar em estrutura própria, ou locada pelo cliente.

Recomendação de solução

A primeira opção parece obter maior retorno, pois podemos reduzir custos operacionais hospedando o sistema, e repassar a um menor custo para os clientes, em comparação a cada cliente hospedar em sua própria infraestrutura. O segundo aspecto é referente ao fluxo de caixa continuado. E o terceiro fator é a atratividade de não pagar um valor único e alto no software.

Custos

Os principais custos do projeto são:

- Desenvolvimento
- Infraestrutura de TI
- Manutenção do software
- Suporte
- Marketing

Podemos estimar os custos no seguinte

Benefícios

O primeiro benefício é o capital dos clientes que utilizarão os softwares.

Outro benefício é o conhecimento maior do comportamento dos clientes, o que pode gerar melhores decisões estratégicas na empresa no futuro.

Riscos

O primeiro risco é a complexidade do desenvolvimento do software, em que há um impacto médio para que o sistema seja implementado da forma mais eficiente possível.

O segundo risco é inerente à segurança dos dados dos clientes, no quesito de perda de dados, e possíveis vazamentos. O impacto é alto, pois é um imprevisto que pode causar em perda de dados dos clientes, questões judiciais e perda da confiança da empresa, mas o risco é baixo, pois a empresa já está preparada para este tipo de serviço. Também existe a mitigação de ter uma equipe de TI que mantenha a operacionalidade e segurança da infraestrutura.

O terceiro risco é a baixa adesão dos clientes à nossa solução. O impacto é alto, pois infere em custos de produção sem retorno, a probabilidade é baixa, pois é possível mitigar esse risco com uma estratégia de marketing.

Modelos econômicos

Utilizamos o scrum para que houvesse uma melhor comunicação com o cliente, dar maior visibilidade ao andamento do projeto e buscar uma melhor identificação dos problemas, tendo o intuito de acelerar as soluções desses problemas. Ao utilizar o scrum, isso gerou time auto-organizável, permitiu a utilização do conceito de tempo fechado timebox e a utilização de sprints para ir entregando o escopo de forma interativa e incremental, o período de tempo fixo que irá gerar um entregável.

Para o cálculo dos índices, consideramos a taxa de juros de 13,25% a.a., o que equivale a 1,0423% a.m.

Consideramos, também, um churn rate de 1/3 por ano. Um custo de aquisição de clientes de R\$ 100,00. E um lifetime de R\$ 1.800,00, considerando um custo mensal de R\$ 50,00 por cliente.

Está sendo considerado que um cliente ficará conosco em torno de 3 anos. A partir do 12º mês é considerada a adesão dos primeiros clientes. A partir do 18º mês, é considerado o início do churn rate.

Valor presente líquido

De acordo com a tabela abaixo, o VPL é calculado em R\$ 1.860.746,21.

Período	Receita	VP Receita	Despesa	VP Despesa
0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00
1	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 20.000,00	R\$ 19.793,69
2	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 20.000,00	R\$ 19.589,51
3	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 20.000,00	R\$ 19.387,43
4	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 20.000,00	R\$ 19.187,44
5	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 20.000,00	R\$ 18.989,52
6	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 20.000,00	R\$ 18.793,63
7	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 20.000,00	R\$ 18.599,76
8	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 20.000,00	R\$ 18.407,90
9	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 20.000,00	R\$ 18.218,01
10	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 20.000,00	R\$ 18.030,08
11	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 20.000,00	R\$ 17.844,10
12	R\$ 50.000,00	R\$ 44.150,06	R\$ 200.000,00	R\$ 176.600,25

13	R\$ 150.000,00	R\$ 131.083,90	R\$ 200.000,00	R\$ 174.778,53
14	R\$ 250.000,00	R\$ 216.219,51	R\$ 200.000,00	R\$ 172.975,61
15	R\$ 500.000,00	R\$ 427.978,21	R\$ 200.000,00	R\$ 171.191,28
16	R\$ 500.000,00	R\$ 423.563,40	R\$ 200.000,00	R\$ 169.425,36
17	R\$ 500.000,00	R\$ 419.194,14	R\$ 200.000,00	R\$ 167.677,66
18	R\$ 500.000,00	R\$ 414.869,95	R\$ 200.000,00	R\$ 165.947,98
19	R\$ 486.111,11	R\$ 399.185,08	R\$ 200.000,00	R\$ 164.236,15
20	R\$ 472.222,22	R\$ 383.779,66	R\$ 200.000,00	R\$ 162.541,97
21	R\$ 458.333,33	R\$ 368.649,59	R\$ 200.000,00	R\$ 160.865,27
22	R\$ 444.444,44	R\$ 353.790,83	R\$ 200.000,00	R\$ 159.205,87
23	R\$ 430.555,56	R\$ 339.199,39	R\$ 200.000,00	R\$ 157.563,59
24	R\$ 416.666,67	R\$ 324.871,34	R\$ 200.000,00	R\$ 155.938,24

Período de retorno

De acordo com a tabela já analisada, o período de retorno é de 16 meses.

Índice Custo-Benefício

O índice custo-benefício calculado é de 1,78.

Período	Marketing	Clique	Conversão	EAC
1	R\$5.400,00	5674	54	R\$109,09
2	R\$5.400,00	5765	58	R\$106,00
3	R\$5.400,00	5876	61	R\$101,76
4	R\$5.400,00	5889	62	R\$98,06
5	R\$5.400,00	5932	64	R\$97,98
6	R\$5.400,00	5978	67	R\$95,76
7	R\$5.404,00	6376	68	R\$91,54
8	R\$5.406,00	6432	72	R\$88,76
9	R\$5.400,00	6543	74	R\$84,98
10	R\$5.880,00	6789	78	R\$83,87
11	R\$5.840,00	6885	79	R\$77,43
12	R\$5.807,00	6987	85	R\$73,72
13	R\$6.789,00	6995	92	R\$71,64
14	R\$6.875,00	7143	96	R\$70,71
15	R\$7.432,00	7234	98	R\$68,97
16	R\$7.569,00	7651	110	R\$62,43
17	R\$7.965,00	7865	130	R\$61,75
18	R\$8234,00	7888	143	R\$54,43
19	R\$8878,00	7965	176	R\$51,86
20	R\$8976,00	8543	185	R\$44,86