

GESTÃO FINANCEIRA PARA MODELOS DE NEGÓCIO WEB

Volume 1



Ecommerce



Software as
a Service

Produzido por:



www.ideationbrasil.com.br

Escrito por:

Cristiano Freitas

Tomás Lima

Setembro 2014

SUMÁRIO

PARTE 1 - ECOMMERCE

01. Vantagens	06
02. Pontos de atenção.....	08

PARTE 2 - SAAS - SOFTWARE AS A SERVICE

03. Vantagens	13
04. Pontos de atenção	14

VOLUME 2 - MARKETPLACE, CLUBES DE VANTAGEM E DE ASSINATURA

VOLUME 3: CROWDFUNDING/CROWDSOURCING E PORTAIS DE CONTEÚDO

Introdução

Um aspecto fundamental para uma startup consiste na definição de seu Modelo de Negócio. A Syhus, em parceria com a Ideation Brasil, desenvolveu uma série de três ebooks gratuitos que apresentará os principais modelos de negócio referentes à startups, suas principais vantagens e o mais importante: seus principais pontos de atenção do ponto de vista financeiro, fiscal e tributário.

Os conceitos e características de cada um ficaram divididos da seguinte forma nos volumes:

Volume 1: Ecommerce e SaaS;

Volume 2: Marketplace, Clubes de Vantagem e Clubes de Assinatura;

Volume 3: Crowdfunding/Crowdsourcing e Portais de conteúdo.

Volume 1

A internet tem gerado cada vez mais formas de inovar na comercialização de produtos e serviços, desconsiderando qualquer barreira de localização ou dificuldades em outros momentos enfrentados para a aquisição ou contratação de bens, ferramentas tecnológicas, dentre outros.

Despontam, então, os ecommerces, lojas virtuais que tratam a comercialização de produtos online, bem como as empresas de tecnologia que adotaram o SaaS (Software as a Service), onde as negociações e utilização do produto (Software) é 100% virtual. Contudo, apesar de muito promissores, poucos são os empreendedores que avaliam a fundo a parte que tange à gestão financeira destes modelos de negócios.

Se você se identificou com este cenário, não se preocupe! Elaboramos este eBook para instruí-lo quanto às características gerais, vantagens e pontos de atenção necessários para manter um negócio virtual, seja ele um Ecommerce ou um SaaS, sempre alinhado, com as finanças em dia e em busca de uma maior lucratividade.

PARTE 1

Ecommerce



Os ecommerces são um modelo de negócio virtual para a comercialização de produtos. Nele, todas as transações são realizadas online, desde a escolha dos produtos pelos consumidores até o pagamento por eles, deixando apenas a parte de armazenamento de bens de consumo e a logística de entregas como parte física do processo, mas de extrema importância para manter a rentabilidade propiciada por este tipo de negócio.

A comercialização de produtos em lojas virtuais se dá em dois modelos diferentes: por meio de websites e de aplicativos. Os websites são desenvolvidos especificamente para o trabalho, considerando a navegabilidade, pesquisa por produtos, descrições e imagens de qualidade para atender a demanda da mobilidade e as facilidades de integração de meios de pagamento para a conversão. Já a comercialização com o auxílio de aplicativos já propensos a tendência mobile, facilita a compra em quaisquer locais em que seu cliente esteja, bastando um smartphone e o acesso à internet.

Além da mobilidade, a facilidade para adquirir e receber os bens adquiridos é também vista como uma tendência de consumo, haja visto que cada vez temos menos tempo para nos deslocar para cumprir nossas necessidades e desejos – o que é atendido por este modelo de negócio.

Capítulo 1

Vantagens

A opção por este modelo de negócio traz diversas vantagens não apenas de mercado, mas também financeiras. Isso, por sua vez, possibilita uma precificação mais competitiva ou mesmo a inclusão de custos operacionais aos produtos, mantendo um custo final propício ao consumidor sem precisar reduzir a margem de lucro dos produtos. Dentre as mais relevantes podemos citar:

É uma tendência a compra pela internet

Além dos fatores anteriormente citados, os dados do setor reforçam ainda mais as compras pela internet como tendência. Em 2013, segundo o e-bit, mais de 50 milhões de brasileiros foram, de alguma forma, impactados, o que representa metade dos internautas do país.

Além disso, as previsões para crescimento do faturamento em 2014 é de 25%,

chegando a projeções de R\$28,5 bi. Uma enorme oportunidade de negócio. O site <https://www.evermerchant.com/> apresenta um infográfico ao vivo com os números do ecommerce em todo mundo.

Plataformas prontas e gratuitas pra começar o ecommerce

Uma outra vantagem está relacionada aos custos de implementação do negócio. Hoje, é possível criar lojas virtuais completas com investimentos menores. Muitas plataformas gratuitas estão disponíveis para quem almeja iniciar as atividades, como é o caso da **Zeuscart**, **StoreSprite**, **Spreecommerce**, **Shopify** e a brasileira **Loja Integrada**, por exemplo, que atendem muito bem aos pequenos e médios ecommerces.

Algumas delas oferecem como recurso, inclusive, a parte relacionada às finanças de seu negócio, como a parte de compras, controle de estoque, meios de pagamentos integrados, dentre outros – o que contribui para a otimização dos trabalhos, maior controle financeiro e redução de custos com softwares de gestão, por exemplo.

Redução de custo de infraestrutura

Um ponto muito positivo dos ecommerces é a redução de custos com infraestrutura.

Como o negócio é, em grande parte, online, não é necessário arcar com aluguel e reforma de pontos comerciais bem localizados e estruturados, assim como a compra de mobiliário e mão de obra para atender as diversas tarefas relacionadas à vendas, por exemplo. Este cenário, é claro, atende os pequenos comércios eletrônicos.

À medida que seu ecommerce cresce, certamente será necessário investir em um estoque maior, funcionários que controlem as diversas áreas de operação, dentre outros. Contudo, o importante é começar da forma correta, com um plano de negócios e financeiro estruturado para que, quando chegar a hora de ampliar a estrutura, sua empresa consiga fazê-lo sem impactos negativos no negócio.

Capítulo 2

Pontos de atenção

Apenas será possível obter o sucesso em seu ecommerce se você se preocupar com o planejamento financeiro antes mesmo de montar o seu negócio. Ou seja, colocar na ponta do lápis todos os custos de abertura da empresa, investimentos em estrutura (plataforma), marketing, logística, compras dos produtos que serão comercializados e, claro, o capital de giro que dará suporte ao empreendimento até que a receita supere as despesas permitindo, inclusive, utilizar parte do ganho para investir na ampliação do negócio.

Além disso, toda a gestão financeira deve ser acompanhada continuamente, evitando que surpresas desagradáveis possam intervir no sucesso dos negócios. Para isso, é necessário ficar atento a alguns pontos:

Precificação

Quanto será cobrado por cada um dos produtos oferecidos? Com base na margem de lucro trabalhada e nos custos reais do negócio, qual o valor que será praticado para que seu negócio dê certo?

Ponto de equilíbrio

Qual o custo total do investimento para abertura de seu comércio virtual, incluindo capital de giro, empréstimos e respectivas taxas de juros por eles, caso tenham sido realizados. Com base nesta informação, é preciso realizar uma projeção para estimar quanto precisa ser vendido para atingir o ponto de equilíbrio o quanto antes. Isso dará fôlego ao crescimento do negócio e, por isso, é tão importante para o sucesso.

Políticas relacionadas ao consumidor e o custo que isso pode gerar

Em comércios eletrônicos, é indispensável a elaboração de uma política de devolução, troca e garantia. Afinal, o consumidor não terá contato com o produto almejado até que a compra seja efetivada e, por isso, é normal que algumas destas aquisições não sejam como imaginado pelo consumidor com o apoio das informações técnicas e imagens disponibilizadas.

Nesse sentido, é preciso incluir em seus custos questões como devolução, trocas e até mesmo garantias para o caso de um produto chegar danificado a seu destino. Pode parecer irrisório, principalmente se o frete é cobrado do consumidor. Contudo, estes detalhes podem causar uma grande diferença em seu planejamento financeiro.

Por isso, é indispensável ter uma política clara para seus consumidores, bem como englobar estas decisões no custo de operação e até mesmo na precificação de seus produtos. Vale lembrar que de acordo com o Código de Defesa do Consumidor, compras pela internet podem ser devolvidas em até sete dias depois de recebidas, pois o comprador não teve contato prévio com o produto. Portanto é um ponto de atenção que deve ser levado em consideração.

Meios de pagamento

Os meios de pagamento disponibilizados para concretizar as negociações precisam apresentar opções para seu consumidor. Afinal, você pode perder vendas se restringir os meios oferecidos. Além disso, é preciso ter um controle preciso dos recebimentos para que o planejamento financeiro não seja afetado. Confira algumas questões importantes:

Taxas e tempo pra liberar o dinheiro

É preciso considerar que uma compra efetivada hoje em sua loja não fará com que este dinheiro esteja disponível rapidamente. Os gateways de pagamento trabalham com prazos para repasse dos valores, e mesmo que você desenvolva um próprio – o que terá custos consideráveis para o seu negócio –, as bandeiras de cartões e os bancos também trabalham com prazos predeterminados para o repasse. Há também que considerar as taxas aplicadas pela utilização destes serviços, tanto pelo gateway de pagamento quanto pela bandeira do cartão, por exemplo, que costumam ter variações.

Por isso, é indispensável que você tenha um controle preciso do seu fluxo de caixa, realizando atualizações mensais das projeções para que consiga elaborar planos estratégicos de curto, médio e longo prazo. Isso engloba não apenas a saúde financeira do seu negócio, mas também a expansão dele.

Logística

A logística é considerada uma parte crítica dos ecommerces e, por isso, precisa de muita atenção para evitar impactos não apenas nas finanças, mas também na imagem de sua loja virtual – o que pode impactar nas vendas futuras.

Opções e custos com frete, seguro de cargas, valores pagos pelos serviços de transporte, custos com devolução de mercadorias – que também englobam uma nova despesa –, bem como os investimentos em seu estoque precisam de bastante atenção para evitar perdas e, conseqüentemente, custos desnecessários.

Concorrentes gigantesco

Um outro ponto de atenção ao planejar e gerir o seu ecommerce é estar atento à competitividade quando comparada aos grandes players do mercado, como é o caso do Submarino e da Amazon, por exemplo. Por terem uma infraestrutura e marca fortes, é indispensável que você acompanhe as melhores práticas executadas por eles para que consiga encontrar um nicho de trabalho ou diferencial competitivo que se sobressaia a eles.

Quando se trata de precificação, devido ao volume de compras destes grandes negócios, é provável que você não consiga apresentar um custo final ao seu consumidor tão favorável. Por isso, é preciso considerar também em sua gestão financeira os atributos que serão utilizados como diferenciais para manter a sua empresa competitiva mesmo com a atuação destes concorrentes.

A importância do marketing para o ecommerce

Você precisará investir em estratégias de divulgação de marca e produto para atrair consumidores. Um dos grandes motivos que leva ao fracasso de ecommerces é a ilusão de que o simples fato de se criar o site de ecommerce resultará na atração de visitantes e conseqüentemente consumidores.

É essencial a elaboração de uma estratégia de funil de vendas, isto é, como você atrairá visitantes para seu site, e como estes visitantes serão convertidos em consumidores. Ou seja, em anúncios online, presença em redes sociais e estratégias de relacionamento, dentre outras ferramentas do marketing digital que gerem visibilidade à sua loja e, conseqüentemente, mais clientes para o seu negócio.

Algumas dicas e ferramentas de marketing digital podem ser encontrado no E-book Gratuito- O guia definitivo de marketing para startups, acesse: <http://bit.ly/eBookGratuitoWDL>

Contudo, estas ações exigem investimento, que devem ser considerados nas contas de operação do negócio para um acompanhamento financeiro fiel à realidade. Apenas assim será possível realizar projeções adequadas para alcançar o ponto de equilíbrio, precificar corretamente seus produtos – com base no custo de aquisição de clientes (CAC) –, e assegurar a lucratividade da operação.

Tributação de ICMS

A parte fiscal também precisa ser considerada em seu planejamento financeiro. Afinal, os tributos englobam também os custos de operação de seu ecommerce, como é o caso do ICMS (Imposto Sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual, Intermunicipal e de Comunicação).

Quando se trata do comércio virtual, uma grande “guerra” ocorre entre os estados para delimitar quem é o favorecido pela tributação: o estado em que a empresa está instalada ou de onde foi feita a compra. Apesar do crescimento deste mercado, a solução para este impasse não existe, até o momento, e parece não ter previsão para ser concluído. Isso impacta diretamente nos custos de operação do negócio, já que em vez de realizar o pagamento de parte da alíquota de 18% para cada estado, em alguns casos é necessário não apenas duplicar este pagamento por completo, o que pode levar ao custo de até 29% dos custos de operação.

Por isso, independente do porte de seu negócio, contar com o apoio de profissionais contábeis qualificados para orientá-lo em relação a melhor solução de tributação, suas obrigações e o que pode ser feito para reduzir estes custos internos, torna-se indispensável para manter todas as finanças sob controle evitando que elas onerem os produtos comercializados em sua loja virtual.

PARTE 2

Software as a Service



O SaaS (Software as a Service, em português, software como serviço) é uma nova forma de comercializar soluções tecnológicas que ganha cada dia mais espaço no mercado. Tal forma consiste em contratar o serviço de utilização de um software por meio de mensalidades, em vez de comprar licenças de uso, como era o modelo tradicional. Isso tem sido cada vez mais comum no mundo das startups.

Todo o sistema informatizado é disponibilizado na nuvem (online), o que gera inúmeros benefícios não apenas aos clientes, mas também às empresas que adotam este modelo de comercialização de software.

Por este motivo, inclusive, empresas de diversos segmentos têm trabalhado nesta linha de frente, como é o caso da **Conta Azul**, que oferece os serviços de software para controle financeiro em PMEs; o **RD Station**, que comercializa um software para automação de marketing; e a **Superlógica Assinaturas**, que é um software destinado às empresas que trabalham com este modelo de negócio para controle das assinaturas recorrentes. Mas é possível encontrar softwares diversos como serviço, atualmente.

Capítulo 3

Vantagens

O sucesso deste modelo de negócio se dá por diversos fatores que contribuem para o crescimento do faturamento e expansão da área de trabalho da empresa, já que por se tratar de um negócio 100% online, pode ser comercializado sem restrições em todo o mercado de atuação que a empresa abrange.

Receita recorrente

Uma destas vantagens é a receita recorrente, ou seja, o recebimento de uma mensalidade pelo acesso ao produto. Um benefício deste modelo de cobrança é que, geralmente, as empresas que optam por ele não têm toda a sua operação e funcionamento dependente de um único cliente. A receita é dividida entre vários clientes e a perda de alguns deles, desde que controlada, não afetará drasticamente o sucesso de seu negócio.

Possibilidade de agregar mais valor e fazer upsell

Como o esforço para o desenvolvimento do software é único, empresas com este modelo de negócio conseguem direcionar esforços e investimentos para

agregar mais valor a seus clientes. Isso pode vir como áreas de consultoria, planos diferenciados para atender a demandas diferentes, equipe de sucesso do cliente para prezar que os objetivos e resultados sejam alcançados, dentre outros. Além disso, este modelo propicia o upselling, ou seja, o crescimento do faturamento da empresa com os clientes atuais por meio de novos recursos em planos mais abrangentes, por exemplo.

Alta capacidade de escalabilidade

As empresas SaaS têm alta capacidade de escalabilidade, por serem 100% virtuais. O motivo disso é o custo mais acessível para o cliente final devido a redução de custos com implantação de software, treinamentos presenciais, complexidade dos sistemas e necessidade de infraestrutura. Para as empresas que atuam com este modelo de negócio, isso propicia abranger mais áreas, além de incentivar mais clientes a aderirem a sua proposta, já que os valores são mais em conta do que a implementação de um software tradicional.

Capítulo 4

Pontos de atenção

Assim como todo negócio, o SaaS também possui suas particularidades para o bom funcionamento da empresa. Dentre estes itens estão termos, políticas, custos e métricas que precisam ser acompanhadas com atenção:

Termos de aceite ou adesão de site

Como o serviço prestado é 100% online, assim como sua contratação, é indispensável que sua empresa conte com um termo de aceite contendo todas as questões jurídicas, operacionais e de utilização do serviço não apenas para o plano atualmente contratado, mas para todos os fornecidos. Isso porque é comum neste modelo de negócio o incentivo ao upselling, que deve trabalhar de forma fluida entre a sua empresa e seu cliente.

Política de privacidade

Como todos os dados cadastrados pelos clientes permanecem no servidor de sua empresa, é indispensável que você tenha uma política de privacidade clara, que passe segurança e tranquilidade aos assinantes do seu negócio. É preciso demonstrar ao seu cliente como estes dados serão armazenados, protegidos e, claro, que nenhum concorrente ou pessoa sem autorização terá acesso a eles. Isso contribuirá para ganhar a confiança dele e, assim, concretizar a venda.

Custo de aquisição de clientes x LTV

É necessário ter na ponta do lápis qual o custo de sua empresa para adquirir clientes (CAC ou Custo de Aquisição de Clientes), além de compará-lo com o valor do tempo de vida deles (LTV- lifetime value). Para que o crescimento de sua empresa, bem como o pagamento pela aquisição destes clientes seja quitado, é preciso que o seu LTV seja 3 vezes superior ao seu CAC. A Syhus possui um curso gratuito de métricas para startups que desenvolve de forma detalhada esses assuntos.

Cuidado com pagamento adiantado

É comum oferecer pacotes por períodos mais longos em troca de descontos ou mesmo de serviços e produtos agregados. Isso é bastante positivo para o caixa de sua empresa, facilitando o crescimento.

Contudo, é preciso lembrar que este pacote não determina a permanência do cliente e, por isso, é necessário cuidado com o pagamento adiantado para que a verba não seja comprometida, o cliente deixado de lado e o cancelamento seja realizado, obrigando-o a arcar com o endividamento pela receita já contabilizada.

Churn

Uma outra métrica que precisa ser acompanhada com atenção é a taxa de cancelamento. Ela é um excelente termômetro para a qualidade dos serviços prestados e, por isso, precisa ser também avaliada de forma qualitativa. Sua relação é ainda mais forte quando considerado o CAC.

Como o ticket médio em SaaS costuma ser baixo e o tempo para que o cliente se pague, longo, é necessário estar atento aos cálculos garantindo que o investimento realizado não está se transformando em prejuízo. Afinal, pagar para ter um cliente e obter o cancelamento da assinatura sem que o retorno deste investimento seja recebido, é gasto de dinheiro para o seu negócio!

Característica do SaaS

O SaaS possui como característica um prazo maior para reaver os investimentos realizados. Contudo, quando o ponto de equilíbrio é atingido, a lucratividade e o crescimento da empresa é também consideravelmente maior, tendo em vista que os custos com a operação do trabalho é reduzida. Além disso, com o passar do tempo, a empresa fica mais conhecida, o que com o auxílio do desenvolvimento de um bom trabalho de marketing, impacta na redução dos custos de aquisição de clientes.

Em um primeiro momento, porém, será necessário investir para atrair clientes.

Nesse sentido, o retorno sobre o investimento é demorado, apesar de tender para que este tempo seja reduzido com a otimização das atividades. Contudo, caminhar a passos lentos pode não ser uma boa estratégia, haja visto que os custos iniciais são altos e podem comprometer o negócio.

Por isso, é indispensável que você invista no crescimento da empresa, garantindo sua rápida escalabilidade, para que o capital de giro não seja utilizado para manter as despesas, mas sim investir no crescimento acelerado em busca de um retorno mais ágil.



Ideation Brasil

A Ideation, nascida na Califórnia com o objetivo de estimular o empreendedorismo e a inovação no Brasil. Através de projetos e iniciativas desenvolvidos com base no modelo das melhores universidades da Califórnia.

Em 2014, a competição Sua ideia na prática aconteceu em 5 cidades (Porto Alegre, Brasília, Florianópolis, São Paulo e Rio de Janeiro) gerando a alunos de mais de 20 universidades a oportunidade para que eles tirassem suas ideias do papel.

A metodologia é baseada na observação e participação em eventos e competições do ecossistema empreendedor da Califórnia, englobando conceitos como Lean Startup, Business Model Generation, Design Thinking, Árvore de Problemas, entre outros.

Para mais informações acesse: www.ideationbrasil.com.br, ou nos mande um email para danilo.roselli@ideationbrasil.com.br ou alexandremuller@ideationbrasil.com.br



Syhus

Escritório de contabilidade especializado em startups e empresas de tecnologia da informação que presta serviço de terceirização da contabilidade contemplando as áreas de: contabilidade, tributos e gestão de pessoal.

Além disso, a Syhus oferece serviços complementares aos empreendedores, que são: Abertura e Registro de Empresas, Mapeamento de Incentivos Tributários, Preparação para Captação de Investimento e Consultoria para Gestão financeira.

O escritório Syhus conta com unidades em Campinas e Belo Horizonte, se quiser bater um papo conosco entre em contato pelo site www.syhus.com.br ou nos mande e-mail para cristiano@syhus.com.br / tomas@syhus.com.br.