

# GESTÃO FINANCEIRA PARA MODELOS DE NEGÓCIO WEB

Volume 3



## Crowdfunding



## Portais de conteúdo

Produzido por:



[www.ideationbrasil.com.br](http://www.ideationbrasil.com.br)

Escrito por:

**Cristiano Freitas**

**Tomás Lima**

Novembro 2014

# SUMÁRIO

## PARTE 1 - CROWDFUNDING

01. Vantagens .....	07
02. Pontos de atenção.....	09

## PARTE 2 -PORTAIS DE CONTEÚDO

03. Vantagens .....	13
04. Pontos de atenção .....	14

## VOLUME 1 - ECOMMERCE E SAAS

## VOLUME 2: MARKETPLACE E CLUBES DE ASSINATURA

# Introdução

Finalmente, nossa série de eBooks sobre modelos de negócios chega ao fim. Agradecemos a todos os leitores que nos acompanharam até aqui, e esperamos que o material tenha proporcionado insights importantes aos futuros empreendedores. Caso tenha começado a partir deste material, sugerimos também que acompanhe os anteriores, para que tenha uma ampla visão do mercado, principalmente se pretende investir no digital.

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

**Volume 1: Ecommerce e SaaS;**

**Volume 2: Marketplace e Clubes de Assinatura;**

**Volume 3: Crowdfunding e Portais de conteúdo.**

## Volume 3

Dando sequência à série de eBooks gratuitos sobre modelos de negócio, da **Syhus** em parceria com a **Ideation Brasil**, nesse terceiro módulo você aprenderá sobre Crowdfunding e Portais de Conteúdo. Além dos pontos centrais de aprendizado sobre eles, você conhecerá as principais questões financeiras, fiscais e tributárias.

# **PARTE 1**

## Crowdfunding



Muitos empreendedores de startups ou PMEs já devem ter se deparado com a seguinte situação: Possuir algum projeto inovador para determinado segmento de mercado, mas, em contrapartida, não contar com o aporte de capital necessário para colocá-lo em prática.

Na maioria dos casos, a procura por investidores, empréstimos, ou financiamentos bancários parece ser a solução padrão para o problema. No entanto, com a crescente influência das mídias sociais e do e-Market, já é possível procurar por alternativas bastante interessantes para captar recursos. Uma delas é o Crowdfunding.

Em uma pesquisa realizada recentemente pela Catarse, principal plataforma brasileira de Crowdfunding, foi constatado que 68% dos empreendedores que utilizaram esse modelo constataram o potencial do financiamento coletivo em seus negócios.

Do ponto de vista dos financiadores, 25% afirmam que já investiram em empresas para viabilizar projetos de produtos ou serviços, principalmente no caso das Startups. Em outras palavras, essa pode ser a solução para conseguir os recursos necessários para que a sua empresa consiga alcançar os objetivos estabelecidos. No entanto, como ela funciona? É o que veremos a seguir.

## O que é?

O conceito de Crowdfunding que, em português, pode ser traduzido como financiamento coletivo, é bastante simples: Basicamente, são plataformas online que possibilitam iniciativas de financiamento colaborativas, onde o autor explica seu projeto e determina qual valor pretender arrecadar para concluí-lo.

Se você pensou no termo “vaquinha”, está no caminho certo. Embora esse modelo tenha se mostrado mais eficaz em empresas embrionárias, principalmente Startups, muitas PMEs também têm abraçado a ideia e considerado essa como uma das alternativas de captação de recursos.

Embora os colaboradores possam ser recompensados por suas contribuições, recebendo o produto que foi financiado, por exemplo, normalmente o principal impulsionador de colaborações é o grau de inovação de determinado produto ou serviço, e sua capacidade de sanar necessidades reais de um determinado nicho de mercado.

Quer um exemplo? Em 2013, um grupo de três estudantes da USP, Felipe Moura, Felipe Sanches e Rodrigo Rodrigues, resolveram produzir uma impressora 3D nacional, pretendendo arrecadar R\$ 23 mil para dar início ao seu projeto,

chamado de Metamáquina. Conseguindo R\$ 30 mil, hoje os estudantes já possuem uma empresa consolidada, e preparam o lançamento do segundo modelo do seu produto.

A primeira plataforma de Crowdfunding, reconhecida por usuários, foi o Kickstarter.com. No Brasil, uma das maiores empresas a oferecerem esse serviço, como já vimos, é o site Catarse, mas existem outras iniciativas, como o Motiva.me e o Love Money. Vale destacar, no entanto, que o conceito de Crowdfunding ainda é relativamente novo e, portanto, a cada dia surgem mais sites especializados em determinados nichos de mercado, alguns deles facilitando projetos empresariais.

Em 2012, as plataformas de Crowdfunding cresceram 85%, arrecadando mais de US\$ 1,4 bilhão em todo o mundo. Projetos como o relógio inteligente Pebble, por exemplo, são cases de sucesso internacionais, conseguindo captar US\$ 10 milhões.

# Capítulo 1

## Vantagens

Evidentemente, a ideia de Crowdfunding possui uma série de vantagens para as empresas e para os usuários, uma vez que é possível realizar uma conciliação de interesses com um baixo risco financeiro para ambas as partes.

Por um lado, os autores dos projetos estarão livres dos juros de financiamentos ou das responsabilidades adquiridas ao captar recursos através de investidores. Por outro lado, o próprio usuário pode contribuir com pequenas quantias para ver algum produto ou serviço de seu interesse se concretizar. A seguir, confira as principais vantagens do Crowdfunding.

### Baixo custo de infraestrutura

Evidentemente, para montar uma estrutura de Crowdfunding será necessária a contratação de servidores eficientes e de softwares, além de contar, é claro, com o custo de hospedagem do site.

No entanto, todos esses gastos podem ser mitigados nas fases iniciais do empreendimento, já que, atualmente, existe a possibilidade desses recursos serem alugados. Por isso, o capital necessário para dar início à uma plataforma

de Crowdfunding costuma ser baixo, o que viabiliza ainda mais as iniciativas nesta área.

## Oportunidade de mercado atual

Como já vimos, o Crowdfunding está em franca expansão no mundo todo, porém os mercados no Brasil ainda são incipientes. Essa é uma desvantagem, se considerarmos o curto prazo, mas no longo prazo a tendência é que haja um aumento na oferta deste tipo de serviço por aqui.

Por esse motivo, ao apostar em projetos na área, o empresário tem a oportunidade de construir agora as bases que sustentarão o seu negócio no futuro, se tornando uma das referências no segmento. Uma boa dica é buscar o segmento ideal, conforme avaliaremos a seguir.

## Atendendo um nicho determinado

Como dito anteriormente, existem cada vez mais plataformas de Crowdfunding especializadas para determinados tipos de projetos. Dessa forma, é possível se comunicar diretamente com um determinado nicho, como, por exemplo, cultura, tecnologia, esportes, etc.

Essa segmentação proporciona ainda mais possibilidade de sucesso para os projetos, já que a noção de “comunidade” corrobora para o sucesso do conceito de “financiamento coletivo”.

## Divulgação feita pelos usuários

Evidentemente, para que uma campanha de Crowdfunding tenha sucesso, é preciso fazer uma ampla divulgação do projeto a ser financiado, principalmente por meio das mídias sociais, engajando o público interessado a participar ativamente.

O que tem sido observado, no entanto, é que os esforços de divulgação normalmente são reduzidos, já que os próprios usuários se sentem responsáveis pelo sucesso do financiamento, uma vez que fizeram sua contribuição. Em outras palavras, se o seu projeto realmente for inovador, a viralização da campanha pode se tornar espontânea.



# Capítulo 2

## Pontos de atenção

Evidentemente o modelo de Crowdfunding enfrenta ainda uma série de dificuldades, principalmente no Brasil. Para apostar nesse modelo, é preciso prestar atenção a uma série de aspectos antes de fechar qualquer tipo de contrato e hospedar projetos nesse tipo de plataformas.

A seguir, vamos estabelecer alguns dos pontos de atenção deste tipo de modelo de financiamento coletivo. Confira!

### Grau de desconfiança

O Crowdfunding ainda é um modelo relativamente novo, principalmente em países como o Brasil, por isso, ainda há um certo grau de desconfiança por parte dos usuários. Além de não se ter certeza de que o dinheiro será usado integralmente para o projeto, em alguns casos a suspeita envolve, inclusive, a lavagem de dinheiro.

Garantias de entrega do produto ou prêmios para os colaboradores também são pequenas. Por isso, é preciso realmente passar uma enorme credibilidade ao apostar nesse tipo de estratégia.

### Falta uma legislação tributária clara

Sim, o Crowdfunding possui tributação, principalmente do IRPJ (Imposto de Renda – Pessoa Jurídica). No entanto, ainda existe certa nebulosidade em torno da atividade, como no caso do ITCMD (Imposto de Transmissão Causa Mortis e Doação de Qualquer Natureza), já que, dependendo do Estado, a tributação pode ser feita em cima da empresa que receberá os recursos ou na empresa que fornece o serviço de Crowdfunding.

Por isso é preciso contar com uma contabilidade competente se for embarcar nessa jornada.

### Cuidado com termos de uso do sistema

Esse é um momento que requer total atenção, já que é um elemento que pode proteger juridicamente o seu negócio na área de Crowdfunding. Como fazer um termo de uso? Basicamente, é preciso levar em conta 8 itens fundamentais:

**1 - Cadastro de usuários:** Defina quais são os documentos necessário para o cadastro, idade mínima e condições de uso;

**2 - Cadastro de projetos:** Fundamental definir como deve proceder o cadastro, e estabelecer condições para que ele seja efetuado, como, por exemplo, vedar a participação de um mesmo projeto em outra plataforma de Crowdfunding;

**3 - Doação de recursos:** Defina prazos para a avaliação do projeto e o termo inicial e final para a captação de recursos, além disso, deixe claro nessa área qual será o percentual de doações que fará parte da remuneração do site;

**4 - Realização do projeto:** Esclareça quem será o responsável pela execução e distribuição de recompensas prometidas, para que não haja risco de haver responsabilidade solidária caso o usuário não cumpra o prometido com os usuários;

**5 - Tributação:** Estabeleça quais serão os tributos cobrados e como será feita a cobrança;

**6 - Propriedade Intelectual:** Defina como se dará o uso de imagens, como, por exemplo, qual será o uso feito dos vídeos postados pelo usuário na plataforma para arrecadar recurso;

**7 - Informações gerais:** Esclarecer quais são as políticas da empresa, em que casos ela irá remover conteúdos, qual será sua responsabilidade em caso de invasão dos servidores, dentre outros;

**8 - Responsabilidades:** Quais serão as multas em caso de descumprimento dos termos de uso do sistema;

## Buscar o segmento ideal

Saber exatamente em qual nicho sua empresa irá atuar também é uma boa maneira para começar. Além de existirem os grandes sites, como o já mencionado Kickstarter, existem iniciativas que procuram atender um nicho específico, como exemplo o Startando, destinado aos projetos sociais e culturais, e o Estrombo, especializado em música.

Desta forma, você poderá explorar com mais eficácia um determinado nicho, oferecendo ferramentas peculiares para ele divulgar seu projeto. A atividade, no entanto, é cada vez mais difícil, visto que os players no mercado se multiplicam a cada ano, dominando determinados segmentos.

# PARTE 2

## Portais de Conteúdo



As tecnologias avançam e, com elas, as demandas por conteúdo relevante e de qualidade. É difícil dizer que estamos no ápice da era da informação, afinal de contas, as plataformas de comunicação disponíveis apenas se multiplicam, alcançando mídias antes inimagináveis, como, por exemplo, os inúmeros aplicativos para smartphones.

Para se ter uma ideia, a cada 60 segundos, aproximadamente 600 vídeos são postados no Youtube, 1500 textos escritos em blogs e 168 milhões de e-mails são enviados no mundo todo, de acordo com informações levantadas pela **Go-Globe.com**.

Mesmo diante dessa produção em massa de conteúdo, os usuários ainda carecem de fontes fidedignas para reunirem informações, visto que, não raro, o amadorismo e o descompromisso de alguns veículos são evidentes, isso sem contar as dificuldades para encontrar um conteúdo segmentado. É nesse contexto que os Portais de Conteúdo aparecem como uma referência de destaque para os usuários.

A seguir, vamos falar um pouco mais sobre este tipo de página na internet, que consegue conciliar a prestação de serviços e as informações, além de falar sobre as vantagens e desvantagens de se apostar nessa área.

## O que é?

Basicamente, os Portais de Conteúdo são páginas na internet que funcionam como centros aglomeradores, distribuindo conteúdo de diversos sites e subsites, além de fornecerem, em alguns casos, serviços ou produtos para determinado nicho.

Um grande exemplo desse tipo de página é o G1, da rede Globo. Além de fornecer serviços como e-mails, downloads e programação de TV, esse portal também disponibiliza matérias jornalísticas criadas internamente, além de outras de sites filiados.

Embora a utilização de notícias das agências de jornalismo sejam uma prática recorrente dentro dos portais de conteúdo, atuando por vezes como parceiras, e em outros casos comercializando informações, é importante ressaltar que é indispensável a contratação de redatores para o portal de conteúdo, sejam eles freelancers ou efetivos. Isso porque é fundamental garantir a identidade do portal, principalmente quando ele atua em áreas específicas, como música, cultura, futebol, dentre muitos outros.

No caso das organizações desvinculadas da área do jornalismo, um dos modelos que procuram adaptar os Portais de Conteúdo ao universo empresarial são os Portais Corporativos, que oferecem acesso online e organizado às informações e aplicações de determinada empresa. Assim, é possível garantir um acesso mais rápido ao conteúdo disponibilizado pela empresa, de forma organizada e institucional. Esse modelo é utilizado por empresas como a Petrobrás e o BNDES, por exemplo.

## Capítulo 3

### Vantagens

Diante de um imenso volume de informações recebidas diariamente, os usuários precisam de fontes confiáveis para se informar. Por isso, apostar em Portais de Conteúdo certamente pode ser uma boa estratégia, tanto para as empresas que querem ampliar sua influência entre seus consumidores e acionistas, tanto para àquelas que trabalham com a informação em si, através de um trabalho jornalístico.

Abaixo listamos algumas das principais vantagens dos Portais de Conteúdo.

#### Isenção do ISS

Evidentemente, a questão tributária é uma das maiores assombrações das empresas quando implementam quaisquer novidades internamente. No caso dos Portais de Conteúdo, uma das tranquilidades para o empreendedor é o fato de que o Imposto Sobre Serviço (ISS), não será alvo de tributação pela prefeitura, por não ser, sequer, uma hipótese de incidência. Esse é, portanto, um dos maiores incentivos para quem quer apostar nessa área.

#### Relevância em mecanismos de busca

Buscadores como o Google e o Bing privilegiam, através dos seus algoritmos internos, os Portais de Conteúdo nos resultados das pesquisas. Desta forma, os esforços para divulgar as informações ou os serviços do seu portal serão mitigados, uma vez que, de forma automática, esses mecanismos destacarão seu site em detrimento de outros.

Vale lembrar, no entanto, que é preciso manter constância e qualidade nos conteúdos produzidos, já que o mesmo algoritmo que garante a visibilidade, também pode retalhar o site com punições nos buscadores -principalmente

nos casos em que há cópia ou plágio de conteúdo.

## Pode ser atrelado a um e-commerce

Como vimos, os Portais de Conteúdo são grandes conglomerados que procuram unir informações relevantes à prestação de serviços. Desta forma, uma das maneiras de garantir ainda mais receita para esse tipo de página pode ser a implementação de um e-commerce. Ao unir informações sobre um determinado assunto e fornecer produtos pertinentes ao nicho de mercado escolhido, haverá uma sinergia entre os acessos e as compras efetuadas.

Um case de sucesso recente é o portal do Jovem Nerd, que além de possuir um conteúdo multimídia (portais, podcasts, blogs, conteúdos no youtube, dentre outros), fornece um e-commerce com produtos específicos para o seu público, ávido por produtos que remetem a cultura pop.

## Tráfego previsível

Normalmente, o público de um determinado Portal de Conteúdo é escalável à medida que, uma vez engajado o fluxo, a tendência é que ele se mantenha de forma natural e espontânea. Isso acontece porque as pessoas buscam se fidelizar a uma determinada fonte, sempre recorrendo a ela para se informar. Além disso, através das mídias sociais é possível manter atualizações frequentes para facilitar a vida do seu público, o que certamente contribuirá para a regularidade da audiência.

# Capítulo 4

## Pontos de atenção

Por outro lado, também é nosso dever apontar as principais desvantagens dos Portais de Conteúdo, principalmente as dificuldades encontradas para estabelecer esse tipo de página e garantir a sua manutenção.

Se o objetivo for resultado no curto prazo, por exemplo, é melhor esquecer. Abaixo, destacamos os 4 pontos de atenção que devem ser considerados antes de começar a embarcar nessa área.

## Retorno limitado

A primeira dificuldade encontrada ao colocar um Portal de Conteúdo no ar é o fato de que o retorno financeiro só poderá ser observado no momento em

que houver um grande volume de leitores, além de ser garantido um certo nível de engajamento para que retornem com frequência. Até esse momento, a hospedagem deste tipo de página pode custar caro para a empresa, principalmente se já forem disponibilizados serviços como o e-commerce, por exemplo.

## Renda exclusiva de publicidade e infoprodutos

Outro ponto de atenção é o fato de que a fonte de renda dos Portais de Conteúdo é movida exclusivamente pela publicidade e pelos infoprodutos. Em outras palavras, se não garantir um público fixo e engajado, dificilmente será possível atrair a atenção dos anunciantes, o que comprometerá todo o projeto – principalmente por conta das despesas fixas, como a hospedagem e o pagamento de redatores.

Com uma ampla concorrência, é preciso se especializar em algum tipo de conteúdo para conseguir se destacar no meio.

## Necessidade de relacionamento com agência

As agências de notícias são fortes aliadas para suprir a demanda massiva de conteúdo e, por isso, é fundamental manter um bom relacionamento com elas.

Em outras palavras, a empresa dependerá de fatores externos não controláveis, e precisará comprometer parte da sua renda para pagar os direitos autorais dessas agências. Vale destacar que a maioria dos Portais de Conteúdo não sobrevivem sem as agências de notícias.

## Longo ciclo de venda

Por fim, o ponto principal a ser considerado, que culmina com todos os outros observados anteriormente. Para conseguir gerar receita, os Portais de Conteúdo precisam de um longo ciclo até se consolidarem no mercado. Portanto, é preciso realizar um grande investimento inicial, de modo a suprir todas as demandas que surgirem durante um longo período.

Apostar em estratégias de marketing digital, por exemplo, pode ser uma ótima alternativa para reduzir esse ciclo de venda.

# Conclusão

Esta é a última parte dessa série de ebooks sobre modelos de negócio web. Esperamos que esses materiais tenham esclarecido alguns pontos importantes e te ajude nessa jornada empreendedora.

Convidamos você a fazer download de outros ebooks para aprofundar seus conhecimentos pelas imagens abaixo ou pela nossa página de materiais ([www.syhus.com.br/materiais-e-cursos](http://www.syhus.com.br/materiais-e-cursos)).







# 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](http://www.ideationbrasil.com.br), ou nos mande um email para [danilo.roselli@ideationbrasil.com.br](mailto:danilo.roselli@ideationbrasil.com.br) ou [alexandremuller@ideationbrasil.com.br](mailto: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](http://www.syhus.com.br) ou nos mande e-mail para [cristiano@syhus.com.br](mailto:cristiano@syhus.com.br) / [tomas@syhus.com.br](mailto:tomas@syhus.com.br).